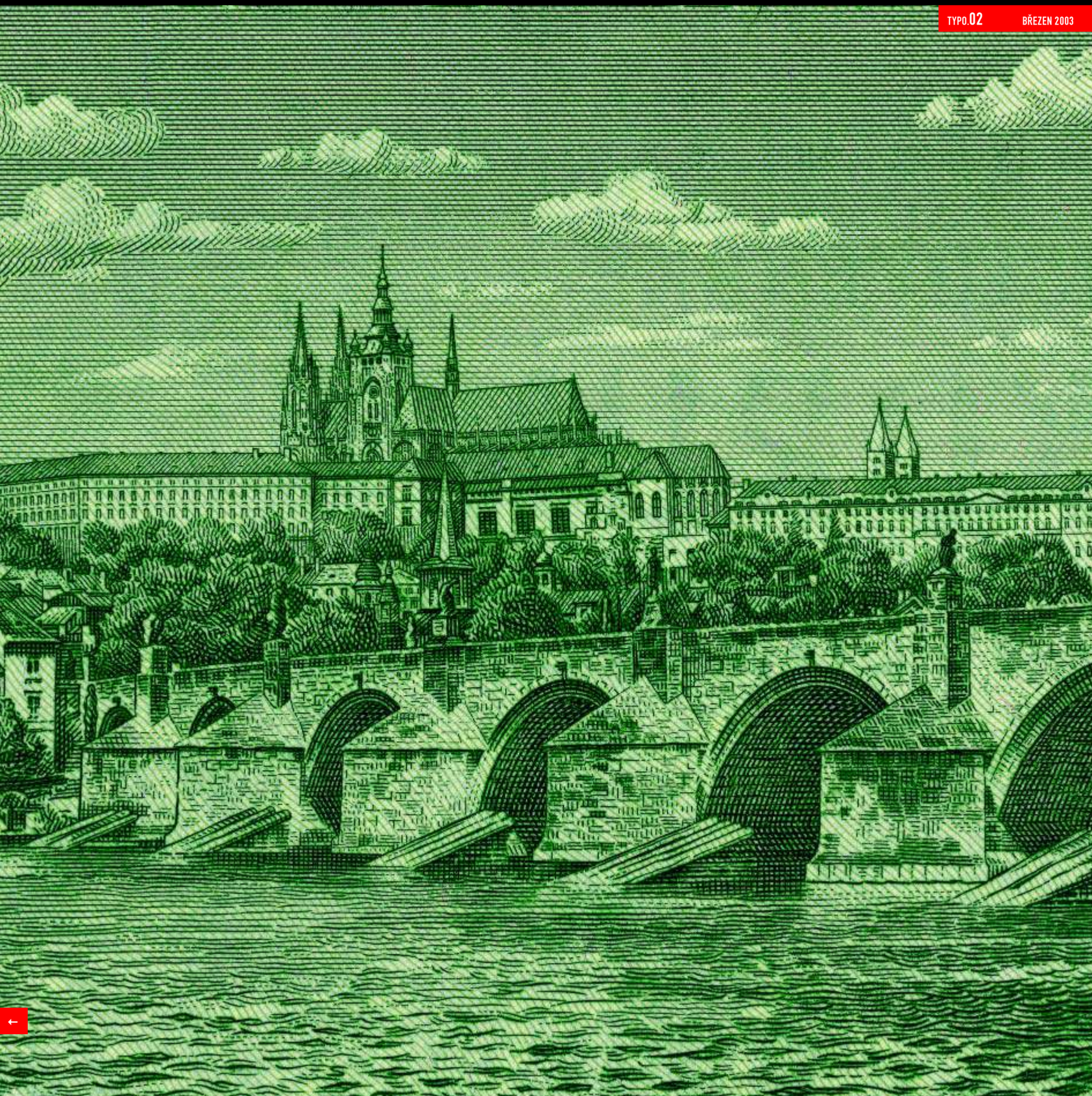
TYPO

typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

TYPO.02 BŘEZEN 2003



Partneři časopisu / Partners of magazine

generální partner/ general partner

Vydavatel odborných publikací, pořadatel seminářů, konferencí a odborných zájezdů, konzultant a poradce pro oblast předtiskové přípravy, tisku, dokončujícího zpracování

Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3, Česká Republika
tel.: 271 737 788, 271 733 554, fax: 272 736 252
e-mail: redakce@svettisku.cz; inzerce@svettisku.cz
http://www.svettisku.cz

hlavní partneři / main partners

Distributor a produkční partner společnosti Linotype Library, dodavatel a systémový integrátor grafických, předtiskových a publikačních systémů a zařízení pro produkční digitální tisk.

DataLine Technology spol. s r.o.
Drahobejlova 6, 190 00 Praha 9, Česká republika
tel.: +420 284 811 400, fax: +420 284 811 409
e-mail: obchod@dataline.cz
http://www.dataline.cz

Výhradní distributor Adobe Systems pro ČR a SR.
Dodavatel aplikací pro klasické, internetové a multimediální publikování a pro elektronickou distribuci a archivaci dokumentů.
Specializované školící středisko aplikací Adobe.

AMOS Software, spol. s r. o.
Patočkova 61, 169 00 Praha 6, Česká republika
tel.: +420 284 011 211, fax: +420 284 011 212
e-mail: obchod@amsoft.cz
http://www.amsoft.cz

tiskárny / printers

Kompletní předtiskové, tiskové a knihařské služby:
ofsetový tisk B1 a B2 (Heidelberg), vazby V1 a V2, automatický výsek B1, falcování, slepotisk, trojřez, DTP, scan, osvit CtP

K. P. R. s. r. o.
Pod Šancemi 4/196, 190 00 Praha 9
tel.: 266 311 822, fax: 266 311 820, e-mail: info@kprtisk.cz
www.kprtisk.cz, www.mojetiskarna.cz

DTP, redigitalizace filmů, osvit CtP, archový i rotační ofsetový tisk na strojích Heidelberg, vazby V1 a V2

Tiskárna Praha
Poděbradská 540, 190 00 Praha 9 – Vysočany
tel.: 225 277 111, fax: 225 277 249, e-mail: obchod@praha.reproprint.cz

Tiskárna Zádveřice
763 12 Zádveřice 48, Zlínský kraj
tel.: 577 687 111, fax: 577 687 112, www.reproprint.cz

partneři / partners

distributor komponent pro dtp a prepress a provozovatel specializovaného internetového obchodu

Quentin, spol. s r. o.
Bělohorská 45, 169 00 Praha 6 – Břevnov
tel.: 233 355 585, fax: 233 352 595
e-mail: quentin@quentin.cz
http://www.quentin.cz,
http://www.dtpobchod.cz

ADOBE AUTHORIZED SERVICE PROVIDER

grafické návrhy, DTP, scan, osvit velkoformátový a digitální tisk prodej fontů URW++ a Adobe

Studio Marvil, s. r. o.
Ječná 29, 120 00 Praha 2
tel.: 224 941 955, fax: 224 941 145
marvil@marvil.cz
www.marvil.cz

Océ umožňuje svým zákazníkům účinné a efektivní zpracování dokumentů nabídkou průběžně inovovaných produktů pro správu a tisk dokumentů pro profesionální prostředí.

Océ-Česká republika, s. r. o.
Hanusova 18, 140 21 Praha 4
tel.: +420 244 010 111, fax: +420 244 010 190
e-mail: info@oce.cz, http://www.oce.cz
http://shop.oce.cz

partneři / partners

parner / partner

parner / partner

parner / partner

parner / partner

parner / partner

parner / partner

parner / partner

parner / partner

TYPO typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

→ **vydavatel** publisher
Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Společnost je zapsaná u městského soudu Praha, oddíl C, vložka 80559
→ **adresa** address
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3
tel./phone: +420 271 737 788
fax: +420 272 736 252
→ **předplatné** subscription
predplatne@magtypo.cz
sub@magtypo.cz
→ **manažerka redakce** editorial office manager
Linda Kudrnovská (linda@magtypo.cz)
→ **inzerce** advertising
Tomáš Frk (tomas@magtypo.cz)
Martin Jamrich (martin@magtypo.cz)
→ **redakce** editors
redakce@magtypo.cz, pr@magtypo.cz
Filip Blažek (filip@magtypo.cz)
Jakub Krč (jakub@magtypo.cz)
Pavel Zelenka (pavel@magtypo.cz)
→ **grafika** design
Jana Vahalíková (jana@marvil.cz)
→ **pre-press**
Studio Marvil (www.marvil.cz)
→ **tisk** print
K. P. R. spol. s r. o. (www.kprtisk.cz),
tištěno na papír BLACK LABEL mat
printed on BLACK LABEL mat paper – 130g/m²
→ **programy** software
Adobe InDesign®, Adobe Photoshop®,
Adobe Acrobat®, ScenicSoft ColorCentral®,
ScenicSoft Preps®

Vydávání povoleno Ministerstvem kultury ČR pod číslem MK ČR E 13984, ISSN 1214-0716.
Názvy produktů a jmen firem zmiňovaných v magazínu mohou být chráněny ochrannými známkami. Přebírání jakýchkoliv údajů z magazínu je povoleno pouze s písemným souhlasem vydavatele. Materials from this magazine must not be copied or further published without the consent of the editors.

TYPO.EDITORIAL 1

TYPO.TÉMA 2
Filip Blažek, Jakub Krč, Pavel Zelenka → **Adrian Frutiger**

TYPO.NÁSTROJE 8
Pavel Zelenka → **fonty – olovo dneška**

TYPO.FENOMÉN 10
Bibiana Beňová → **Praha – nový vizuální styl**
Filip Blažek → **interview s Ruedi Baurem**
Alan Záruba → **kvalita se prosadí sama**

TYPO.FOTO 20
Linda Kudrnovská → **ve jménu Boha milosrdného, slitovného**

TYPO.BAZAR 24

TYPO.OBSAH

Veškeré vizualizace komunistické ideologie, vyžívající se zejména v umění nápisu – žlutě psaná hesla na agresivní podkladové rudé, občas odvážně nahrazená piktogramem hvězdičky – byly ve skutečnosti pokusem o největší typografický happening světa. Bohužel jej nikdo nepochopil. O stejný výtvarný projekt se ještě předtím pokoušelo Německo, ale dosáhlo jen toho, že se grafický symbol svastiky stal obecně škodlivým. Od těch dob mělo lidstvo k typografii trvalou nedůvěru... ★ B. Vaněk-Úvalský: Brambora byla pomeranč mého dětství (Petrov, 2001)

Vážení čtenáři, ve druhém čísle časopisu TYPO přinášíme dvě důležitá témata. Předně je to blok textů věnovaný životě a práci švýcarského typografa Adriana Frutigera, který letos v březnu oslaví 75. narozeniny. Jeho písma Frutiger a Univers, která od svého vzniku patří obecně k nejoblíbenějším a nejužívanějším písmům, hrdě vstoupila do 21. století. A navíc lze asi stěží nalézt jiného tvůrce písma, který by tak vhodně uvedl druhé téma: zavádění corporate identity města. Přestože se v textu věnujeme hlavně nové image hlavního města Prahy, ze všech rozhovorů a textů vyplývá řada obecně platných poznatků. Tématu corporate identity se hodláme věnovat do budoucna. Těšíme se na vaše názory. Pište nám, o čem byste si rádi přečetli v dalších číslech. **Vaše redakce**

Dear readers, the second issue of the TYPO magazine covers two important topics. First, there is a set of texts dedicated to the life and work of Swiss typographer, Adrian Frutiger, who will celebrate his 75th birthday in March, this year. His typefaces Frutiger and Univers, which generally rank among the most popular and used fonts since their creation, have proudly entered the 21st century. Moreover, it would be hard to find another font creator that would so aptly introduce the second topic: establishing a city's corporate identity. Even though we are merely dealing with the new image of the capital city of Prague in the text, all interviews and texts result in some generally useful knowledge. We also intend to devote our attention to corporate identity in the further issues. So we look forward to your opinions. Please let us know what you would like to read about in the issues yet to come. **Your editorial staff**

TYPO.TEXT Nimbus Sans Novus (Regular, Medium, Semibold, Black) Fette Engschrift (Regular) → URW++

TISKNEME RÁDI
na strojích Heidelberg CD 102 (4b + 1ak) formátu B1 a Heidelberg SM 74 (5b + 1ak) formátu B2, svítíme na CtP Agfa Galileo VXT, falcujeme na Stahl KD – 78 Proline a Stahl KD – 52 Proline, vážeme V1 a V2, vysekáváme na automatu B1 Nabioli a těšíme se na spolupráci.

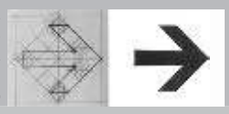
kpr TISKÁRNA
Pod Šancemi 4/196, 190 00 Praha 9, T: 266 311 822, F: 266 311 820
info@kprtisk.cz, www.kprtisk.cz

FRUTIGER

DÍTĚ SVÉ DOBY / A CHILD OF HIS AGE

OCR-B (Regular) 10/11,5

ADRIAN FRUTIGER VYTVOŘIL ZA SVOU KARIÉRU VÍCE NEŽ STO DRUHŮ PÍSEM. JEHO KARIÉRA SE KLENE NAD VŠEMI ÉRAMI TYPOGRAFIE: ZAČÍNAL JAKO RYTEC FOREM PRO OLOVĚNÉ LITERY, KRESLIL PŘEDLOHY PRO FOTOSAZBU A KARIÉRU KONČÍ DESIGNOVÁNÍM POČÍTAČOVÝCH FONTŮ. PODOBNĚ I JEHO PRÁCE NESE STOPY VŠECH VLIVŮ MINULÉHO STOLETÍ: OD ŘEMESLNÝCH INTERPRETACÍ KLASIKŮ PŘES OSOBITÉ SKRIPTY AŽ PO ČISTĚ RACIONÁLNÍ GEOMETRICKÝ GROTESK. JAKO PRVNÍ VYTVOŘIL SYSTÉM PÍSMOVÉ RODINY PŘESAHUJÍCÍ KLASICKÉ 3–4 ŘEZY, SYSTEMATICKY ZKOUMAL ČITELNOST PÍSMA JAKO JEDNU Z JEHO NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH KVALIT, ABY NAKONEC VŠECHNY TYTO ZKUŠENOSTI UPLATNIL V REDESIGNU PÍSMA FRUTIGER – FRUTIGERU NEXT, V NĚMŽ SE MÍSÍ RACIONALITA UNIVERSU S KALIGRAFICKÝMI PRACEMI Z AUTOROVÝCH STUDIJNÍCH LET.



konstrukce Frutigerovy šipky

During his career, Adrian Frutiger created more than a hundred font types. His career spans all the eras of typography: he began as a lead type matrix engraver, drew patterns for phototypesetting and ended by designing computer fonts. His work also bears the marks of all influences of the last century: from handicraft interpretation of the classics, through individual scripts to the clearly rational, geometrical Sans Serif. He was the first to create a font family system, consisting of more than 3–4 types. He systematically examined the legibility of fonts as a one of the most important qualities and ultimately applied all these experiences when designing the Frutiger Next font, where the rationality of Univers merges with the calligraphic works of his years of study.

A. F. na oslavě svých sedmdesátin / foto: Christine Steiner

Adrian Frutiger was born on 24th March, 1928 in Unterseen, Switzerland. Since his youth, he had been interested in woodcut technique (when twenty he included it as an accompaniment to his book “Die Kirchen am Thunersee”) and calligraphy. (In his memoirs, Frutiger delightfully remembers, how he, already at the age of fifteen, rebelled against the standardized manuscript font pattern books, how he imitated the type of his teacher, Ernst Eberhart, and searched for his own individual type. Even later he did not abandon his interest in calligraphic scripts: he dedicated his diploma work to the evolution of the Roman script, in 1954, he hand drew the Ondine font and in the 1990s even a whole series of fonts freely referring to the Herculanum, Rusticana and Pompeijana script.)
Frutiger served his apprenticeship as a typesetter in nearby Interlaken, between 1949–1951 he was a student of Alfred Willimann and Walter Käch at the Kunstgewerbeschule in Zurich. In 1952 he moved to Paris at the invitation of Charles Peignot, to become art director of his typefounding workshop Deberny&Peignot, for “hot” typesetting and especially for the novelty of that time, the Lumitype phototypesetting system (a clone of the American Photon). He reshaped classical fonts (Garamond, Baskervil, Bodoni) and created his own new ones, (Méridien, Phoebus...)
In 1960 he left Peignot and a year later he founded his own studio—the Atelier Adrian Frutiger—in Arcueil, near Paris, together with Brunon Pfäfli and André Gürtler. He engaged in design, typography, illustration, creating fonts for phototypesetting and later even for computer typesetting (the Linotype company) and visual communication systems. In addition, as a professor, he taught at the École Estienne and École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs in Paris for a number of years.
Typographers from all over the world refer to Frutiger as a synonym of his two fonts, Univers and Frutiger (for more see hereunder); however these are evidently not the author’s most widespread and widely used fonts—the one that is, is OCR-B (created on commission from the European Computer Manufacturers Association—ECMA—in 1966 as a font for an optical character recognition system, replacing the too-technical OCR-A font, used in the US), now a part of most barcodes, be it in a book, a magazine or even on a frozen spinach pack...
In 1994, Adrian Frutiger returned home to Bern, Switzerland, and continued in his work. His seventieth birthday in 1998 was celebrated on a grand scale and attended by one hundred typographic celebrities from all over the world. It would be a surprise if they did not—were the words of Frutiger’s biographer, Nicholas Fabian, they came to express their admiration for one of the most successful font creators in the world, the holder of prestigious French, German and American awards; a milestone, which even future generations would not be able to overlook; a living legend able to combine the industrial and information age with clear and comprehensible elegance.
“Not at all. I am only child of my age” is Adrian Frutiger’s modest reply.

připravili Filip Blažek, Jakub Krč, Pavel Zelenka
překlad interview s A. F. Linda Kudrnovská

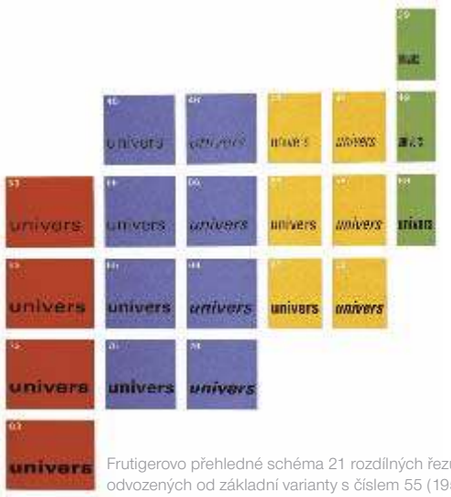
Adrian Frutiger se narodil 24. března 1928 v Unterseen ve Švýcarsku. Už od mládí ho zajímala technika dřevorytu (ve dvaceti jimi doprovodil knihu **Die Kirchen am Thunersee**) a kaligrafie. (Ve svých memoárech Frutiger půvabně vzpomíná, jak už v patnácti rebeloval proti standardizovaným vzorníkům rukopisného písma, jak napodoboval rukopis svého učitele Ernsta Eberharta a jak hledal rukopis vlastní, osobitý. Zájem o kaligrafická písma ho neopouští ani později: diplomovou práci věnoval vývoji latinky, roku 1954 kreslí rukopisné písmo Ondine a v 90. letech hned celou řadu písem volně k rukopisu odkazujících: Herculanum, Rusticana, Pompeijana.)
Frutiger se v nedalekém Interlakenu vyučil sazečem, v letech 1949–1951 byl žákem Alfreda Willimanna a Waltera Kächa na Kunstgewerbeschule v Curychu. Roku 1952 přesídlil na pozvání Charlese Peignota do Paříže, aby se stal uměleckým vedoucím jeho písmolijny **Deberny & Peignot** a pro „horkou“ sazbu a zejména tehdejší novinku, fotosazecí systém Lumitype (klon amerického Photonu), přetvářel klasická písma (Garamond, Baskervil, Bodoni) a vytvářel nová, vlastní (Méridien, Phoebus...).
Roku 1960 Peignota opuští a o rok později zakládá v Arcueil poblíž Paříže spolu s Brunonem Pfäffli a André Gürtlerem vlastní studio – **Atelier Adrian Frutiger**. Věnoval se v něm designu, typografii, ilustracím, vytváření písem pro fotosazbu a později i počítačovou sazbu (firma Linotype) a systémů vizuální komunikace. Vedle toho coby profesor vyučoval řadu let na École Estienne a École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs v Paříži.
Typografové celého světa přiřazují k Frutigerovi jako synonymum dvojici jeho písem Univers a Frutiger (víc o nich níže); avšak evidentně nejrozšířenějším a nejužívanějším autorovým písmem je OCR-B (vytvořený na zakázku Evropské asociace výrobců počítačů – ECMA – roku 1966 jako písmo pro systémy optického rozpoznávání znaků, nahrazující příliš technické písmo OCR-A používané v USA), dnes součást většiny čárových kódů, ať už na knize, časopisu nebo třeba balíčku mraženého špenátu...
Roku 1994 se Adrian Frutiger vrátil domů, do švýcarského Bernu, a dál pokračuje v práci. Oslavy jeho sedmdesátin v roce 1998 nabyly velkolepých rozměrů: účastnilo se jich na sto typografických veličin z celého světa. Aby ne – slovy Frutigerova životopisce, Nicholase Fabiana, kondolovali jednomu z nejúspěšnějších písmotvůrců světa, nositeli prestižních francouzských, německých a amerických ocenění; milníku, který nemohou pominout ani generace, jež teprve přijdou; žijící legendě, která dokázala sladit průmyslový a informační věk s jasnou a srozumitelnou elegancí.
„Kdepak, jsem jen dítě své doby,“ říká na to Adrian Frutiger skromně...→

Cesta k Universu – Frutigerův pracovní list z období studia v Curychu (1949)

Univers (Regular **Bold Black**) 8.5/10.5

Univers (1957/1997) Když u Deberny & Peignota došlo po přepisech klasických písem i na písmo bezpatkové, nabízel se samozřejmě evropský bestseller – Futura. Adrian Frutiger však Charlesi Peignotovi navrhl, že vytvoří vlastní, nové bezpatkové písmo. Promýšlel ho už za studií a k jeho dopracování ho dovedly zejména možnosti fotosazby, rušící a rozšiřující po staletí kralující triumvirát řezů normální – tučný – kurziva a umožňující mnohem širší práci s prostorem.
Během šesti let intenzivní práce vzniklo na 4 000 kreseb a 35 000 matric; měnil se název – od původně zamýšleného Monde přes Europe a Universal po konečný Univers –; ale především vznikal zcela nový, racionálně vystavěný číselný systém jedenadvaceti členů zamýšlené písmové rodiny. Frutiger ho připodobňuje k hvězdě: ve středu je základní textový řez, označený číslem 55. Vlevo a vpravo pak sousedí řezy o jednotku vyšší či nižší, které mají znaky vždy o něco rozšířené či zúžené, ale mají přitom stejně silný duktus (šířku tahu). Naopak směrem nahoru či dolů sousedí řezy o desítku nižší či vyšší, se zesíleným či zeslabeným duktem. Lichá čísla označují stojaté řezy, sudá řezy nakloněné. Všechny znaky tak spolu logicky souvisejí a odvíjejí se od jediného „pravzoru". Celý systém se stal jakýmsi „intelektuálním odrazovým můstkem" pro pozdější technologii tzv. multiple master fontů.
Chladný (některými typografy označovaný až za „subtilně necharakteristický"), racionální a univerzálně použitelný Univers, který v rozličných variantách obletěl skutečně celý svět (z nejznámějších užití jmenujme alespoň jednotný vizuální styl Deutsche Bank z roku 1972), se dočkal po více než 40 letech na popud firmy Linotype renovované verze o 59 různých tloušťkách písmových tahů. Byla představena 6. května 1997 na konferenci „typo[media] 97" ve Frankfurtu.
„Pracoval jsem na nové verzi se stejným nasazením jako před bezmála 45 lety," říká k tomu Adrian Frutiger. →

Univers (1957/1997) When, after transcribing the classical fonts, Furtiger was confronted with the San Serif type at Deberny&Peignot, of course Europe's bestseller, the Futura type was the first to present itself. But Adrian Furtiger suggested to Charles Peignot that he would create his own, new Sans Serif font. He had already thought about this during his studies and his ideas were guided to its completion especially by the possibilities offered by phototypesetting, breaking and broadening the normal—bold—Italic faces triumvirate that had reigned for years, allowing much more extensive work with space.
Six years of intensive work resulted in up to 4000 drawings and 35 000 matrixes, even the name was changed from the originally intended Monde to Europe then Universal and finally settled with the name Univers; but above all, a whole new, rationally constructed numeric system of twenty one items of the emerging font family was created. Frutiger likens it to a star; in the centre, there is a basic font face marked with number 55. Adjacent on the left and the right , are one unit higher or lower faces with always broader or narrower characters, but always with a ductus (stroke width) of the same thickness. On the other hand, there are adjacent faces in an upward or downward direction that are a tenth lower or higher with a ductus (stroke width) of equal thickness. Odd numbers mark the upright faces while even numbers mark the oblique faces. All characters are therefore logically connected and derive from one "prototype". The whole system became a sort of an "intellectual springboard" for the later technology of so-called multiple master fonts.
The cold (referred to by some typographers as "subtle uncharacteristic"), rational and universally usable Univers, which in diverse variations literally swept the world (it is at least worth mentioning the Deutsche Bank corporate visual style of 1972, out of the best-known and used), lived to see, after more than 40 years and at the impetus of the Linotype company, a renewed version containing 59 differently thick font strokes. It was presented on 6th of May, 1997 at the "typo[media] 97" Conference in Frankfurt.
"I worked on the new version with the same enthusiasm as I had done almost 45 years ago," observes Adrian Frutiger.



Frutigerovo přehledné schéma 21 rozdílných řezů Universu odvozených od základní varianty s číslem 55 (1954)

Deutsche Bank

ukázka z manuálu nové CI Deutsche Bank z roku 1972, vystavěné Antonem Stankowskim na písmu Univers

rovnováha černé a bílé

interview s Adrianem Frutigerem vedl v jeho studiu ve švýcarském Bremgarten/Berne 19. února 2003 odpoledne Erich Alb
exklusivně pro magazín Typo

V loňském roce rozeslal český designér Filip Blažek stovce typografů z Čech a celého světa anketní otázky týkající se jejich oblíbených písem. Na jednom z prvních míst se tehdy umístilo písmo Frutiger. Léto 2002 jsem strávil na Novém Zélandu, v malé zemi s třemi a půl miliony obyvatel, několika grafickými studii, pár typografy a zhruba padesáti miliony ovcí. Naposledy jsem tuto zemi navštívil v roce 1986 a teď jsem nemohl uvěřit změnám, které se v oblasti užité grafiky udály – jediná používaná písma jsou Frutiger a Rotis. Frutiger je opravdu na každém kroku: metr vysoké nápisy v supermarketech, na poštovních úřadech, silniční značení, knihy, jako by každé vytištěné písmeno bylo vysázeno Frutigerem. Už mě téměř unavovalo, dívat se (kromě drobných výjimek v případě Rotisu) pořád jen na Frutiger. Jak to vidíte vy, autor Frutigeru?

Pro mě je to velice zajímavá novinka – netušil jsem to, ale musím říct, že mě to nepřekvapuje. Víte, domnívám se, že v lidech existuje cosi, co můžeme označit třeba jako dobrý vkus. Něco, co v nás je i bez grafického či typografického vzdělání. S písmem je to podobné jako s hudbou: každý pozná dobrou melodii, a na dobré písmo – čisté, výrazné, zřetelné a každému dobře čitelné – je prostě radost pohledět. Právě proto se stal Frutiger záhy jedním z nejoblíbenějších písem na světě. Na počátku sedmdesátých let jsem pro pařížské letiště Charlese de Gaulla vytvořil písmo Roissy a v roce 1976 Hansjörg Hunziker toto písmo v mém pařížském studiu upravil pro tisk a z právních důvodů je pojmenoval Frutiger. A tak musím říct, že mám dobrý pocit z toho, že lidstvo má možná pro celé příští století dobré, čitelné písmo. Univers má za sebou už teď padesát let, stejně jako Helvetica Maxe Miedingera.

Navrhoval jste pro písmo Frutiger diakritická znaménka sám, nebo jste na nich spolupracoval s dalšími typografy? Filip Blažek se mi zmínil, že mnohá jiná písma mají diakritická znaménka špatně umístěná, a pro českého čtenáře jsou tak v podstatě nečitelná.

Ano, spolupracoval jsem s Hansjörgem Hunzikerem. Naučil jsem se to, když jsem pro psací stroj firmy IBM navrhoval tzv. golfový míček. IBM totiž úzkostlivě trvala na tom, aby všechna znaménka byla na svém místě. Měli jsme velice dobré inženýry a já jsem se od nich mnohé naučil – dříve jsem totiž o správném umisťování diakritických znamének nevěděl prakticky nic. Jsem rád, že jsou, jak mají být; i to je pro mě novinka.

Byl jste v kontaktu s významnými českými typografy, jakými byli Muzika, Menhart nebo Hlavsa?

Bohužel ne. Ta jména však samozřejmě dobře znám. Hlavsa byl velmi dobrý a Muzikova kniha také, ale v kontaktu jsme nebyli. Je škoda, že se nemohli účastnit kongresů ATYPI, bylo to pro ně drahé. Ale to se teď všechno změní a je to velmi dobře. Doufám, že se společenství typografů ze zemí bývalého východního bloku brzy rozroste, a oni tak budou mít možnost rozšiřovat si znalosti o typografii a písmech z Evropy a USA a samozřejmě se také setkávat s ostatními kolegy z branže.

Vaše písma se stala součástí euroamerické typografické kultury. Jaký je to pocit, stát po boku takových typografů, jako byli Garamond, Caslon či Baskerville?

Tak to je trochu přehnané. Nezapomínejte, že moje písma tady nejsou dvě stě a více let, ale teprve padesát. Možná se za dvě stě let budou opravdu stále ještě používat, ale kdo ví. Pro mě je důležité jen to, že se všichni mohou dívat na další hezké písmo, jakým je třeba Garamond už pět set let. Pokud někdo používá Univers, Frutiger nebo Serifu, je to milé, možná je schopen vnímat dobré tvary. Je také zajímavé, že teď mnoho lidí používá písmo OCR-B. Nikdy by mě nebylo napadlo, že se tato abeceda bude používat pro sazbu textu;

Serifa (Thin Light Regular **Medium Bold**) 8,3/10,5

The balance of black and white

An interview with Adrian Frutiger conducted by Erich Alb on the afternoon of the 19th February 2003, in Adrian Frutiger's studio at Bremgarten/Berne, Switzerland (exclusively for Typo magazine)

In 2002 Czech designer Filip Blažek conducted a poll in which he asked about 100 Typographers from the Czech Republic and from other parts of the world about their favourite typefaces. One of the most successful typefaces was "Frutiger".
I spent the summer of 2002 in New Zealand, a small country of 3.5 million people, with several graphical studies and typographers alongside 50 million sheep... The last time I visited the country was in 1986—I could not believe the changes that had taken place in graphics since then: all I could see were signs in "Frutiger" and in "Rotis". Frutiger is everywhere: There are metre-high signs in supermarkets, at the Post Office, on road signs, books, as though all printed matter is written in Frutiger. It was almost boring seeing only this Typeface beside some information in Rotis.
How do you feel about that as the designer of Frutiger?
Well, that's very interesting news, I was not aware of this. But it doesn't surprise me. You see, I think there is something in human beings, a certain amount of good taste, even if they have no education in graphics or typography. It's like music: everybody knows what a good melody is, and the same applies to type design: A good typeface that is clear, distinct and obvious is legible to anybody, and is a nice thing to look at. Therefore Frutiger soon became one of the most popular typefaces around the world. I designed the "Roissy" for Charles-de-Gaulle Airport in Paris in early 1970s, and in 1976 Hansjörg Hunziker adjusted it in my studio in Paris for printing, calling it "Frutiger" for legal reasons.
So, I must say, it makes me feel good that people will have a good clear typeface to read for perhaps the whole of the next century. Thinking of Univers: it's been going for almost 50 years now, besides Max Miedinger's Helvetica).
Did you design the diacritical marks in the Frutiger font yourself or in cooperation with other typographers?
F. Blažek wrote to me that many other typefaces have diacritical marks in the wrong position, and are almost illegible to the Czech reader.
Yes, I worked with Hansjörg Hunziker. I learned this when designing the "Golf Ball" for the IBM typewriter. IBM was very fussy about having all the signs in the right place. We had very good engineers, and I learned a lot from them. Before that time, I didn't know anything about the right placement of diacritical signs. It's nice to hear that the signs are ok as I wasn't aware of this either.
Were you ever in contact with Czech Typographers like Muzika, Menhart, Hlavsa?
No. But I do know the names; yes Hlavsa was very good. And Muzika's book was also very good. But we were never in contact. It's a pity they never could come to the ATYPI congresses, it was far too expensive for them. But it's changing now, and that's terrific I think. I hope the community of typographers will expand soon to include all these countries. And they all can learn and extend their knowledge of typography and typefaces in Europe and USA, besides meeting other professional colleagues.
Your typefaces became part of Euro-American typographical culture. How do you feel to be ranked next to Garamond, Caslon, Baskerville...
Ohh, that's a bit of an exaggeration. Don't forget, my typefaces are not 200 or more years old yet. Only 50 years. Maybe they will still be in use in 200 years, who knows. For me it's important, that everyone can look at a nice typeface, like Garamond (500 years old). And if someone uses Univers, Frutiger, Serifa, that's nice. Maybe they understand something about good forms. What is rather interesting for me is that quite a lot of people are using the OCR-B type. I never ever thought this alphabet would be in use for text setting. It was never designed for that reason. But it's probably the right time for it now, whether on a street parade in Berlin or Zurich you see posters in OCR-B. It would look completely wrong in Garamond or Frutiger.
Do you think there is any more space left for new, highly elaborated typefaces created with an accent on legibility, maybe a Helvetica of the 21st century?
Helvetica is not really the best typeface for legibility. Weingart said, if someone is using Helvetica he doesn't know anything about typography. Helvetica is the Bluejeans-Sans Serif for the daily worker. Helvetica was lucky to be marketed worldwide in any technical material. Since the emergence of Letraset in the early 1960s Helvetica became widespread in that field. It also goes into every machine for Type production, even rubber-stamping machines etc. We didn't have that sort of money at Deberny & Peignot, when we began with Univers at the same time. But we've been lucky that Monotype has bought the license and produced Univers for bookwork. That was great: worldwide Monotype matrixes in Univers!
Yes, of course there is still enough room for new good typefaces. You can see the result today: every now and again we're getting good typefaces: from the US, Netherlands, Switzerland, France etc. But I cannot describe any one of them as the typeface of this century.
Who do you respect of contemporary type designers? Is there a next "Frutiger"?
Well, I don't like to give specific names. Certainly my colleague Hans Eduard Meier is a very good type designer: his Syntax is a classic, also more than 40 years old. It's a very good typeface. Also his new face "Lapidar" is excellent. It reflects the spirit of his teacher. We went to the same school in Zurich and had the same teacher: Alfred Willimann. He was a very good person! He taught me a lot as did Walter Käch.
Hansjörg Hunziker is doing very good things. He has just designed a custom made font for Siemens. Terrific. Or of the younger generation there is Roger Slimbach of the US, except the unnecessary doubt concerning Myriad, his work is also very good. Then there are some Dutch guys such as Gerard Unger; he has been designing some terrific typefaces for a long time now. I also like the experiments of contemporary designers. However they must have good form, balance, and a nice shape of the white inside contours in contrast to the black contours of the type. That is what counts: the balance of black and white.
And who will be the next "Frutiger"? Well, I was just lucky to be in every place where technical changes took place in the last 50 years. We won't have so many changes now, so nobody will be able to work in so many fields anymore as I did. Hermann Zapf has also come up with some excellent work, but who will be the next Zapf? Who can tell...

abecední soupis písem vytvořených Adrianem Frutigerem / alphabetical list of Adrian Frutiger's typefaces

Alpha	1969
Apollo	1962
Avenir	1988
Brancher	1972
Breughel	1981
Linotype Centennial	1986
Concorde	1959
EDF-GDF	1959
Egyptienne F	1956
Facom	1971
Frutiger	1976
Frutiger Next	2000
Glypha	1977
Herculanum	1993
Icone	1980
Iridium	1972
Méridien	1954
Métro	1973
OCR-B	1973
Ondine	1954
Opera	1960
Orly	1959
Phoebus Initials	1993
Pompeijana	1993
Président	1952
Roissy	1970
Rusticana	1993
Serifa	1966/1977
Frutiger Stones	1998
Frutiger Symbols	1998
Univers	1957
Linotype Univers	1997
Vectora	1990
Versailles	1984
Westside	1989

nebyla za tím účelem navržena. A teď je zřejmě její doba. Na Streetparade v Berlíně či Curychu vídáme plakáty v OCR-B; Garamond nebo Frutiger by tam byly úplně mimo...

Domníváte se, že ještě zbývá místo pro velmi propracované písmo, vytvořené s důrazem na čitelnost? Něco jako Helvetica jedenadvacátého století?

Helvetica není tím nejlépe čitelným písmem. Weingart jednou řekl, že když někdo používá Helvetiku, neví o typografii nic. Helvetica je džínový grotesk pro dělníky. Helvetica pouze měla to štěstí, že se rozšířila po celém světě prostřednictvím technických materiálů. Od vzniku Letrasetu na počátku šedesátých let se Helvetica na tomto poli rozšířila. A dostala se také do každého stroje na sazbu i do strojů na výrobu gumových razítek... My jsme v Deberny & Peignot tolik prostředků neměli, když jsme ve stejné době začínali s Universem. Ale měli jsme to štěstí, že Monotype koupil licenci a vytvořil Univers pro knižní sazbu. To bylo báječné, světoznámé matrice Monotypu v písmu Univers.

Ano, samozřejmě existuje prostor pro dobrá nová písma. Konec konců se pořád setkáváme s dobrými písmy – z USA, Nizozemí, Švýcarska, Francie... Ale nejsem schopen označit jedno z nich za písmo tohoto století.

Koho ze současných tvůrců písma uznáváte? Existuje nějaký nový Frutiger?

Víte, nerad zmiňuji konkrétní jména, ale samozřejmě je velice dobrým typografem můj kolega, Hans Eduard Meier; jeho abeceda Syntax je dnes už klasikou – je také přes čtyřicet let stará. To je velice dobré písmo. A rovněž jeho nový Lapidar je vynikající. Odráží se v něm duch jeho učitele, vlastně našeho společného učitele z Curychu, Alfreda Willimanna. To byl vynikající člověk, naučil jsem se od něj mnohé, stejně jako od Waltera Kächa. Velmi dobrá písma navrhuje také Hansjörg Hunziker, který je autorem skvělého zakázkového písma pro firmu Siemens. Nebo z mladší generace Robert Slimbach ze Spojených států. Jeho práce je – až na zbytečné písmo Myriad – velice dobrá (zvídavý čtenář ať srovná písmo Myriad, které používá firma Adobe ve svém CI, s písmem Frutiger Next – pozn. red.). Pak jsou tu ovšem velmi dobří typografové z Holandska, samozřejmě Gerard Unger, který už dlouho navrhuje vynikající písma. Líbí se mi také experimenty současných designérů. Musejí však mít správný tvar, musejí být vyvážené a mít hezký tvar vnitřních bílých linií v kontrastu s černou linií písma. To je nejdůležitější – rovnováha černé a bílé.

A příští Frutiger? Já jsem měl prostě štěstí, že jsem byl všude, kde v posledních padesáti letech docházelo k technickým změnám. Teď už nás však tak významné změny nečekají, takže nejspíš nikdo nebude moci pracovat v tolika oblastech, jako kdysi já. Hermann Zapf také udělal mnoho vynikající práce, ale kdo bude příští Zapf? To nikdo neví...

Frutiger (1976/2001) Když přestalo Paříži dostačovat staré letiště Orly, vznikl pod vedením architekta Paula Andreua plán nového letiště v Roissy – Charles-de-Gaulle. Adrian Frutiger byl přizván, aby vymyslel úplný informační a navigační systém, a to na úrovni písmen, piktogramy byly na přání architekta z informačního systému vyloučeny. („Přesvědčoval mě, že slovo BAR je stejně pochopitelné jako kresba vinné sklenky," vzpomíná po letech Frutiger. Nejvýraznějším „piktogramem" celého systému se nakonec stala důmyslně konstruovaná šipka.)

Oldřich Hlavsa celé řešení shrnuje slovy: „Vzniklo robustní bezserifové písmo, jednoduché a věcné, jehož předností byla zejména snadná rozeznatelnost. Se zřetelem na funkčně zvolené tóny podlah, stropů, zdiva i nábytku a dalších prvků interiéru navrhl autor písma tmavožluté tabule s černou barvou písma pro francouzský a bílou pro anglický text. Informační texty jsou maximálně stručné a jsou doplněny směrovými šipkami. (...) Písmo má dokonalé individuální šířkové proporce, jež se staly standardním znakem autorovy tvorby."

Písmo bylo původně označováno Roissy, později Frutiger. Celá abeceda byla členěna podle systému odvozeného z písma Univers v pěti šířkách tahu.

Ačkoli dnes přiznává Frutiger svému písmu určité slabiny (příliš světlé a uzavřené), osvědčilo svou funkci natolik, že nevede jen cestující pařížského letiště, ale i motoristy na francouzských a švýcarských dálnicích či oko čtenáře po titulcích knih.

(Podobně jednoduše a elegantně zmodernizoval Frutiger ve stejné době též informační systém pařížského metra: opět s dominující šipkou a s minimem piktogramů. V abecedě Métro (1973) stojí za pozornost zvláštní, otevřená a širší konstrukce písmene „M" – typograficky jednoduchý a přitom nesmírně nápadný odkaz jak k smyslu celé abecedy, tak k jejímu názvu.)

I Frutiger se po letech dočkal „remaku" v podobě písma Frutiger Next. (Helmut Kraus mu v časopise Page 11/2001 věnoval vtipnou úvahu, postavenou na opozici retrodesignu vydařeného – Frutiger a Frutiger Next – a nevydařeného – automobil VW Mini z roku 1959 a BMW Mini z roku 2001. Stojí, byť v němčině, za přečtení!) Frutiger písmo přetvořil s odstupem mnohem podstatněji než dříve Univers. Posílil čitelnost při výrazném zvětšování, oslabil přísnou logičnost jednotlivých kategorií ve prospěch estetického účinku, nově přerozdělil tloušťky tahů, zmenšil absolutní výšku znaků, celkově je zeštíhlil a zmodernizoval, přidal další kategorie (Medium). Zejména u menších velikostí je teď písmo dobře čitelné a použitelné na rozsáhlejší texty. Původní Frutiger neměl pravou kurzivu: jen znaky o 12 stupňů nakloněné. Kurziva pro Frutiger Next byla kompletně nakreslena, z tvarů psaného písma si také berou inspiraci samy o sobě krásné znaky ostrého s, eura, et a zavináče.

Frutiger Next, uvedený do světa v červnu 2001, jako by obloukem uzavřel autorův vývoj od záliby v rukopisu přes přísně racionální a logické konstrukce zpět ke kráse a jedinečnosti tahů dobře čitelného rukopisu.

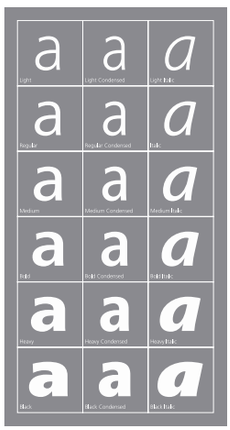
„Frutiger Next představuje dobře vybavenou stavebnici pro moderní komunikaci," dodává Helmut Kraus. →

(podle časopisu Page / after the Page magazine)

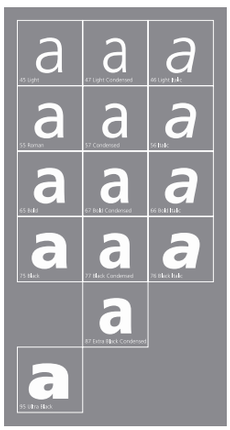
Frutiger (1976/2001) When old Orly airport became too small to cope with the air traffic in Paris, a plan for a new airport—the Charles-deGaulle in Roissy was beginning to unfold under the guidance of an architect called Paul Andreu. Adrian Frutiger was invited to work out the entire information and navigational system exclusively based on lettering as pictograms were excluded from the information system at the architect's expressed wish. ("He was convincing me that the word BAR is equally understandable as a wineglass drawing," Frutiger recalls after these years. The most distinct "pictogram" of the whole system, in the end, was a cleverly constructed arrow.
Oldřich Hlavsa summarises the whole solution with these words: "A robust, simple and factual Sans Serif font appeared whose distinctive advantage was that it was easy to distinguish. Bearing in mind the functionally selected tones of the floors, ceilings, brickwork, even the furnishings and other interior features, the font author designed dark yellow signs with a black font for the French and white for the English text. Information texts are the most simple and are complemented by direction arrows. (...) The font has perfect individual width proportions, which became a standard mark of the author's work." The font was originally named Roissy, then renamed to Frutiger. The whole alphabet was structured using a system derived from the Univers font in five stroke widths. Although Frutiger admits his font has certain weaknesses today (being too bright and closed), it justified its function so much, that it not only guides passengers at the Paris airport, but also motorists on the roads of France and Switzerland or the eye of the reader in book titles.
(With similar simplicity and elegance, Frutiger modernised the Paris Metro system at that time: again, using a dominant arrow and a minimum of pictograms. In the Metro alphabet (1973), an unusual, open and wider construction of the "M" character is worth attention—typographically simple and, simultaneously, an immensely spectacular reference as to the sense of the whole alphabet, and to its name.)
Even Frutiger lived to see its "remake" in the form of the Frutiger Next font. (In the Page magazine, 11/2001, Helmut Kraus dedicated a witty essay to it, built on the opposition of the successful retrodesign—Frutiger and Frutiger Next—and the unsuccessful one—the VW Mini automobile of 1959 and BMW Mini of 2001. Although in German, it is worth reading!) Frutiger reshaped the font much more distinctively than he once did Univers. He enhanced its legibility by considerably enlarging it, weakened the strict logic of each category in favour of the aesthetical impact, re-divided the stroke widths, reduced the absolute height of the characters, generally narrowed and modernised them, added another category (Medium). The font is now well legible and usable for larger texts particularly in its smaller sizes. The original Frutiger did not have true Italics: the characters had a 12–grade slant. Frutiger Next Italics was all drawn, and the beautiful sharp "s", "euro", "et" and "at"–sign characters draw their own inspiration from the shapes of the written script.
As if Frutiger Next, presented to the world in June 2001, would act like a ring enclosing the author's progression from enthusiasm for manuscript through strictly rational and logical constructions, back to the beauty and uniqueness of the strokes of a well legible script.
"Frutiger Next represents a well-equipped kit for modern communication," adds Helmut Kraus.

jednotlivé řezy Frutigeru Next jsou opticky vzájemně sladěny do dokonalé harmonie (podle časopisu Page / after the Page magazine)

Frutiger Next opustil číslené označení jednotlivých řezů; všechny varianty jsou rozděleny do triád řezů regular – italic – condensed



Frutiger Next



Frutiger

pro letiště v Roissy vytvořil Frutiger jednoduché a věcné písmo, snadno ze všech vzdáleností rozeznatelné a čitelné, na orientačních tabulích doplněné výraznými směrovými šipkami

Frutiger (Light Regular **Medium Bold**) 8,5/10,5

Frutiger v Čechách Vedle sporadických frutigerovských časopiseckých materiálů (Typografie, Font) stojí za zmínku svazky 2–3 Typographie Oldřicha Hlavsy, kde je v ukázkách a komentářích přítomno hned několik Frutigerových písem. Úplnější pohled nabídla výstava „Read Me – s Adrianem Frutigerem světem znaků a písmen", pořádaná v rámci 19. bienále grafického designu v Brně roku 2000. Návštěvníci na ní mohli vedle obecné problematiky tvorby písem a logotypů a vedle průřezu Frutigerovým životopisem zhlédnout na třech stěnách panely o vizuálních informačních systémech (letiště, metro), o práci na „nejslavnějších" písmech (Univers, Frutiger, OCR-B).
Význam Frutigerovy práce pak přímo potvrdila anketa uspořádaná o rok později Filipem Blažkem na **www.typo.cz**: 155 českých i světových typografů označilo svá nejoblíbenější písma. Frutiger a Univers obsadila celkově 3. a 7. místo, mezi českými typografy 4. a 10. místo a mezi zahraničními 2. a 5. místo. (Na okraj dodejme, že už v minianketě, kterou v 2. svazku Typographie uvádí Hlavsa a která byla vyvolána rodící se technikou fotosazby, najdeme Univers mezi kandidáty „nejoblíbenějších písem"; Jiří Rathouský ho také uvádí mezi písmy vhodnými pro veřejné prostory.) ✖

Frutiger in Bohemia Besides the sporadic Frutigerish magazine materials (Typografie, Font), Oldřich Hlavsa's Typographie volumes 2–3 are worth attention, where a whole number of Frutiger's fonts is present in examples and commentaries. A more complete view was offered by the "Read Me—through the world of characters and letters with Adrian Frutiger" exhibition organised on the occasion of the 19th Biennale of Graphic Design in Brno, 2002. Apart from the common problems of creating fonts and logotypes, and a cross-section of Frutiger's biography, visitors could view panels on three walls of visual information systems (the airport, the metro) showing his work on the "most famous" fonts (Univers, Frutiger, OCR-B).
The importance of Frutiger's work was then directly confirmed by a poll conducted a year later on www.typo.cz by Filip Blažek: 155 Czech and world typographers selected their most popular fonts. Frutiger and Univers took 3rd and 7th place, 4th and 10th among Czech typographers and 2nd and 5th among the foreign. (We must also add that even in the minipoll, which Hlavsa features in the 2nd volume of Typographie and which was evoked by the emerging phototypesetting techinque, we find Univers amongst the candidates for "the most popular" fonts; Jiří Rathouský also mentions it as one of the fonts suitable for public places.)

Bibliografie / Literature

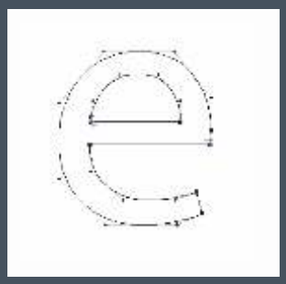
Frutiger, Adrian:
Schrift / Ecriture / Lettering, Zürich 1951
Zeichen erkennen, Zeichen gestalten, Frankfurt 1978
Der Mensch und seine Zeichen, Frankfurt 1978–1981
Die Zeichen der Sprachfixierung, Frankfurt 1979
Type / Sign / Symbol, Zürich 1980
Zeichen, Symbole, Signete, Signale, Frankfurt 1981
Zeichen, St. Gallen 1989
Denken und Schaffen einer Typografie, Villeurbanne 1994
Eine Typographie, Solothurn 1995
Schriften des Abendlandes, Cham 1996
Signs and Symbols, London 1998
Geometrie der Gefühle, Cham 1998
Formen und Gegenformen / Forms and Counterforms, Cham 1998
Friedl, Friedrich: Die Univers von Adrian Frutiger, Verlag form, Frankfurt 1998
Adrian Frutiger – Schriftengelstalter, Swiss TV – Anne Cunéo (video), 1998
Fabian, Nicholas: The Master of Univers (webcom. net/~nfhome/frutiger. htm), 1999
Linotype Frutiger Next, Linotype Library, Bad Homburg 2001
Kraus, Helmut: Original und Originaler, Page 11/2001
→www.fontexplorer.com / →www.fontexplorer.cz

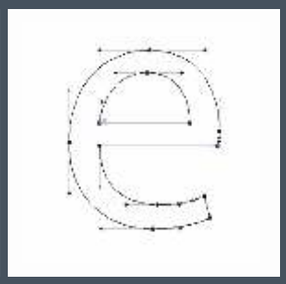
V éře počítačové sazby se z hmatatelných písmových raznic staly abstraktní soubory jedniček a nul. Zručné rytce nahradili programátoři, tvůrci zobrazovacích technologií, kteří tak získali nad současnou typografií nepopiratelný vliv. Dnešní výtvarníci už nejsou zodpovědní jen za nápad – grafický návrh, ale sami často tyto nápady za pomoci softwaru realizují a odevzdávají zákazníkům finální data určená přímo k tisku. Programátoři jsou tedy nuceni pronikat do tajů starobylého řemesla, a grafici si musí osvojovat moderní technologie...

text Pavel Zelenka

Co je to font Font je digitální soubor, který uchovává informace o tvaru znaků, jejich rozměry, název písma, jméno tvůrce a vůbec všechny potřebné informace.
V principu existují dva základní typy fontů: vektorové a rastrové (bitmapové).
Rastrový (bitmapový) font si můžeme představit jako obrazový soubor, ve kterém jsou tvary znaků určeny matricí obrazových bodů. Pro zobrazení znaku v různých velikostech je potřeba, aby v rastrovém fontu existoval pro každou požadovanou velikost i příslušně velký obraz. Bitmapové fonty totiž nelze bez ztráty kvality libovolně zvětšovat či zmenšovat. Dnes se tyto fonty využívají výhradně k zobrazení na monitoru (např. v dialogových oknech), neboť jsou na obrazovce velmi rychle a kvalitně vykresleny. Mezi nejznámější rastrové fonty patří písmo MS Sans ve Windows nebo po městech pojmenované fonty (Geneva, Chicago...) v Mac OS.
Vektorové fonty uchovávají tvar znaků matematicky definovanými křivkami, takže je lze naprosto plynule zvětšovat či zmenšovat. Software na základě požadavku uživatele generuje znak příslušné velikosti, což je sice výpočetně náročnější, ale dnes už tento handicap nehraje prakticky žádnou roli, počítače jsou dostatečně rychlé, a tak se v DTP už s jinými než vektorovými fonty nesetkáme.

Historie vektorových fontů Adobe PostScript, který firma Apple vybrala v roce 1985 jako programovací jazyk pro popis grafiky do své tiskárny LaserWriter, se stal později normou pro celý grafický průmysl. Jediný formát vektorového písma, který tento jazyk na počátku podporoval, byl pojmenovaný Type 1. Ačkoliv společnost Adobe zveřejnila strukturu PostScriptu, nezveřejnila úplnou definici Type 1 formátu. Proto nebylo možné, aby třetí strany vytvářely své vlastní fonty ve formátu Type 1 ani vlastní interpretry jazyka PostScript (protože by tyto rasterizéry nebyly schopny interpretovat Type 1 fonty).
Tento faktický monopol pochopitelně nevyhovoval dalším významným firmám – Apple a Microsoftu. V Apple tedy spustili vývoj vlastní technologie vektorových písem, nejdříve pod kódovým názvem Royal, později pojmenované TrueType. (Za zmínku stojí, že TrueType vyvinul prakticky jediný programátor: Fin Sampo Kaasila, a to za 2 roky.) Později se k vývoji přidal Microsoft (vyměnil s Apple licenci na TrueType technologii za rozpačitě fungující alternativu PostScriptu zvanou TrueImage) a obě firmy pak specifikaci TrueType zveřejnily. Na to musela společnost Adobe reagovat a publikovala specifikaci Type 1 formátu. Nedlouho poté se objevil i program Adobe Type Manager, který umožnil tisk Type 1 písem i na tiskárnách bez podpory jazyka PostScript.
V roce 1991 se objevila první písma TrueType ve Windows 3.1 a Mac OS 6.05. Uživatelé tak získali dvě technologie pro vektorová písma: TrueType, automaticky podporovanou hlavními operačními systémy, a Type 1, disponující širší nabídkou písem a dominující ve všech „hi-end“ zařízeních.





Na obrázcích můžete srovnat stejnou literu „e“ provedenou jako B-splajn (vlevo) a jako křivku Beziérovu (vpravo). Všimněte si, že u B-splajnu je většina definičních bodů umístěna mimo vlastní křivku. Např. vnější obrys je definován u Beziérovy křivky 9 uzlovými body ležícími na vlastní křivce a dalšími 18 body na vstupu resp. výstupu z uzlu, což je o 12 bodů víc než u B-splajnu stejného tvaru, který je definován celkem15 body.

Postupem doby se praktické rozdíly mezi oběma formáty začaly stírat, s příchodem PostScript Level 2 bylo možné používat TrueType přímo na některých postscriptových tiskárnách a naopak od roku 1999 Windows NT/2000 podporují Type 1 i bez instalace ATM. S příchodem Mac OS X odpadla nutnost používat ATM i na počítačích firmy Apple. Přesto u grafiků během let převládlo klišé, že Type 1 písma jsou určena pro profesionální práci a TrueType pro kancelářské a domácí uživatele. Abychom dokázali, jak je takové tvrzení mylné, musíme nejprve vysvětlit rozdíly mezi oběma formáty.

Definice obrysů (outline) První a zcela klíčový rozdíl pramení z odlišné definice obrysových křivek. Zatímco Type 1 používají Beziérovy křivky, které známe prakticky ze všech vektorových aplikací, TrueType používají tzv. B-splajny. Tyto křivky sice k definici tvaru potřebují méně bodů: např. kružnice je v TrueType definována osmi body, v Type 1 dvanácti, přesto v praxi bývají v TrueType fontech obrysy mnohem složitěji definovány než u Type 1. Je to však způsobeno mimo jiné tím, že mnoho TrueType fontů vzniká konverzí z původních postscriptových křivek Type 1.
Kromě odlišné matematické definice obrysových křivek je odlišný i souřadnicový systém, který určuje polohu definičních bodů. Zatímco Type 1 font je běžně definován v souřadnicovém systému 1000 × 1000 bodů (souřadnice je vždy udána jako celé číslo), u TrueType jsou definiční body umístěny na matrici 2048 × 2048 bodů, tedy s čtyřikrát větší přesností. Při vzájemných převodech pak dochází k zaokrouhlení a tudíž i nepřesnostem, které mohou být v některých případech u subtilních písmových tahů naprosto zásadní.

Hinting/Instrukce Druhý podstatný rozdíl se týká tzv. hintingu (neexistuje vhodný český ekvivalent). Vektorové písmo je na výstupním zařízení vždy složeno z bodové matice (pixelů). Při tisku znaků ve velmi malých bodových velikostech, kdy se velikost znaku kriticky blíží fyzickému rozlišení výstupního zařízení, je v bitmapové konstrukci znaku důležitý každý pixel. V takovém případě je nutné rasterizéru napovědět (a odtud *hinting* – anglicky napovídání), které pixely do tvaru znaku ještě zahrnout, a které naopak vyloučit.
Rozdíl v řešení této problematiky je u obou formátů takřka filozofický: zatímco Type 1 disponují jen omezenou sadou hintů, které rasterizér na základě vlastních rozhodovacích algoritmů provádí resp. neprovádí, v TrueType je hintingem (správně se hintům u TrueType říká instrukce) možno ovlivnit každý detail tvaru v každé pixelové velikosti, bez ohledu na schopnosti rasterizéru. TrueType formát dokonce může pro kritické nebo často používané pixelové velikosti obsahovat již hotové bitmapové reprezentace, jejichž vykreslení již nemusí rasterizér vypočítávat.
Tento rozdílný přístup má závažné praktické důsledky: TrueType přenechávají tvůrci nejen téměř absolutní kontrolu nad rastrováním, ale také na něj kladou mnohem větší zodpovědnost za výsledný tvar i nároky na velmi pečlivé definování hintů (instrukcí). Naproti tomu rastrování Type 1 fontů je možné vylepšit zdokonalením rasterizéru (např. na hintingu zcela závislé vykreslování písem na obrazovce, které provádí Adobe Type Manager). U tiskových výstup-

ních zařízení význam hintingu resp. instrukcí výrazně poklesl s nástupem tiskáren s rozlišením 600 dpi a více. Potřeba hintingu je však stále aktuální pro správné vykreslování na obrazovce.

Souborový formát Třetí odlišnost spočívá v rozdílném souborovém uspořádání. TrueType font je definován v jediném kompaktním souboru, strukturovaném do systému databázově uspořádaných tabulek, v nichž jsou uloženy veškeré definice obrysů, kódování, metriky atd. Naproti tomu Type 1 fonty jsou vždy uloženy ve dvou souborech – jeden uchovává definice obrysů (*.pfb), druhý data o metrice apod. (*.pfm ve Windows, *.afm na Unixu, *.ofm na OS/2, „kufřík“ s AFM souborem na Mac OS).
Tradiční Type 1 font byl navržen se schopností definovat pouze 255 znaků (ve skutečnosti umí i více, ale aplikace takové znaky neumějí volat). Naproti tomu TrueType byl již od počátku navržen s ohledem i na jiné než latinkové jazyky – flexibilní tabulková struktura formátu umožňuje definovat prakticky neomezené množství znaků.

Kompatibilita s jazykem PostScript a PDF
Je evidentní, že písma Type 1, která jsou v jazyce PostScript přímo vytvořena, nemají při tisku na postscriptových zařízeních žádné principální problémy. Jediné komplikace pramení z nedodržení postupů při výrobě fontů nebo z chyb grafických aplikací. TrueType fonty jsou definovány na jiném principu a s jazykem PostScript nemají nic společného. Právě tato skutečnost je zdrojem častých problémů a odtud pramení i myšlenkové klišé zmíněné v úvodu o „neprofesionalitě“ TrueType fontů.
V PostScript Level 1 (jeho typickým představitelem je např. Linotronic 330) neexistuje žádná možnost, jak TrueType fonty do popisu stránky začlenit. Proto je postscriptový ovladač musí zkonvertovat buď do nehintovaných (a tudíž nekvalitních) Type 1, nebo do bitmap. Ani jedna možnost není ideální a pokaždé vede k degradaci vzhledu.
V PostScript Level 2 existuje u některých zařízení možnost začlenit TrueType písma v nativní podobě (postscriptové varianty TrueType se označují CIDType 2 a Type 42). S příchodem PostScript 3 už jsou TrueType písma podporována rovnocenně jako Type 1 na všech zařízeních s touto verzí jazyka PostScript.
Podobný vývoj prodělal i formát PDF, který zprvu podporoval pouze Type 1 písma, ale od verze 1.3 (tj. Acrobat 4) jsou TrueType písma podporována stejně dobře jako písma Type 1.

Formát OpenType (OTF) Díky spolupráci dvou hlavních rivalů v oblasti fontových technologií – společností Adobe a Microsoft – se zrodil nový jednotný písmový formát. Technicky je OpenType font rozšířením TrueType formátu o schopnost definovat obrysy znaků Beziérovými křivkami, které používají Type 1 fonty. Existují tedy dva druhy OpenType formátu: jeden s obrysy Type 1, druhý s obrysy TrueType. Tento rozdíl ale uživatel většinou nepostřehne, neboť funkčně jsou oba typy zcela rovnocenné. Navíc jeden a ten samý soubor OpenType funguje ve Windows i na Mac OS, stačí jej pouze zkopírovat. Nové verze operačních sytémů (Mac OS X a Windows 2000/XP) podporují tento formát bez nutnosti instalovat další programové vybavení.
Díky kvalitní kompresi jsou OpenType fonty podstatně menší než předchozí formáty a tím otevírají cestu ke zkvalitnění webových prezentací založených na HTML. První vlaštovkou v tomto směru je podpora OTF v prohlížeči Microsoft Internet Explorer: do HTML kódu lze vložit odkazy na použité fonty a prohlížeč si je spolu s ostatním obsahem stáhne a zobrazí.
Využitím tabulkové struktury a Unicode systému kódování (původem z formátu TrueType) je OpenType od počátku navržen pro podporu i jiných jazyků než pouze angličtiny či obecně latinkových jazyků. Teoreticky lze do OpenType umístit 65 000 znaků, což je dostatečný počet pro většinu existujících i historických jazyků, a ještě zbude dostatek prostoru pro umístění alternativních znaků, neboť profesionálně vypadající sazba se v latinkových jazycích neobejde bez ligatur, dvojhlásek, kapitálek nebo skákavých (OSF) číslic. OpenType fonty aplikaci těchto grafických variant znaků usnadňují. A nejen to: obecně mají OpenType fonty schopnost uplatnit na základě definovaného kontextu alternativní znak nebo u znaku změnit pozici. V praxi to vypadá tak, že tvůrce fontu nadefinuje přímo ve fontu, že znak A má vedle základní formy variantu pro A stojící na začátku slova a jinou variantu pro A umístěné na konci slova. Pak už jen záleží na použité grafické aplikaci, zda uživateli tyto varianty bude umět nabídnout. Zatímco latinkové jazyky tuto schopnost využijí jen coby estetické doplňky, v hindu či arabštině jde o naprosto převratnou a nesmírně důležitou možnost, jak vůbec v počítači vytvořit gramaticky správně psaný text.✖

Myriad Web vs. Myriad Pro – dvě verze téhož písma ilustrují rozdíly mezi TrueType instrukcemi (Myriad Web, nahoře) a hintováním Type 1 formátu (dole) při zobrazení na monitoru. Obrysy Myriad Web jsou ostré a písmo je čitelné i ve velmi malé velikosti (čísla označují velikost v pixelech). Naopak Myriad Pro na čitelnosti s klesající velikostí rapidně ztrácí a písmo působí neostře – důsledek vyhlazovacího mechanizmu rasterizéru.

[1] JE-LI »SPRÁVNĚ«, není-li »správně«?

[2] Th Th fl fl ffl ffl fi fi fj fj ft ft

[3] ct ct st st sp sp

[4] OE Œ oe œ ae æ AE Æ

[5] *Dublet* *Dublet*

[6] KAPITÁLKY nejsou MALÉ VERZÁLKY

OpenType fonty mohou dle přání tvůrce písma provádět celou řadu kontextových změn a záměn (v příkladu použit OTF Minion Pro od Roberta Slimbacha): např. **posunout účaří** znaků (1), používat **funkční** (2) a **ozdobné** (3) **ligatury**, **dvojhlásky** (4), **alternativní ozdobné znaky** (5) a v neposlední řadě zjednodušují použití **kapitálek** (6). Principálně nejsou tyto kontextové funkce nijak limitovány, lze je vytvářet podle potřeby. V současnosti je jich registrováno řádově kolem stovky (→ www.microsoft.com/typography a partners.adobe.com).

Do fontů je dnes „zakleta“ celá současná typografie. Nejen samotný tvar liter, ale i použitá technologie mohou výsledek grafikovy či sazečovy práce výrazně ovlivnit. Proto by měli grafici věnovat stejnou pozornost nejen ovládnutí grafických aplikací, ale také pochopení základních principů technologie fontů. A se stejnou péčí, s jakou zvažují nákup grafických programů, by měli přistupovat i k výběru fontů.

TYPO.TEXT MODELL → STORM TYPE FOUNDRY Nimbus Sans Novus (Regular, Medium, Semibold) → URW++

PRAHA

Zavedení moderní corporate identity ve městě, které se dosud prezentovalo spíše chaoticky, není jednoduchý proces. Praha je město s neuvěřitelně bohatou historií – střetly nebo střetávají se zde nejrůznější národnosti, myšlenkové proudy, umělecké styly. Genius loci Prahy spočívá snad právě v neopakovatelné kombinaci těchto vlivů. Proto je velmi těžké vytrhnout z celého komplexu jediný motiv, který by celé město reprezentoval. Z tohoto pohledu se může zdát, že typograficky pojatý logotyp Studia Najbrt splňuje všechny předpoklady pro úspěch a jeho vítězství v soutěži tedy bylo logické. Nové logo Prahy se přesto po určitý čas stalo ústředním motivem vleklých diskusí českých typografů. Napomohl tomu i způsob, jakým byla veřejnost informována o výši odměny za vítězství v soutěži. Diskusi ještě dále rozvířil článek Michala Weina, který vyšel v listopadu na Grafice.cz.

Rozhodli jsme se celou záležitost zrekapitulovat a zpřehlednit. Za vítězný návrh pražské corporate identity nesou společnou zodpovědnost členové poroty, proto jsme některé z nich oslovili a položili jim pár otázek. Jsme rádi, že si na odpovědi našel čas i hlavní porotce, profesor Ruedi Baur. Na naše dotazy odpověděl také zástupce magistrátu a samozřejmě Aleš Najbrt ze Studia Najbrt, které je pod návrhem podepsáno. Nezávislý pohled na kauzu sepsal na náš popud grafik Alan Záruba. Pochopitelně jsme kontaktovali i Michala Weina, aby objasnil původ nápadně podobného loga bruselského regionu, ale vysvětlení se nám nedostalo – tím považujeme celou „bruselskou“ kauzu za uzavřenou. Ze všech příspěvků vyplývá, že corporate identity se nesmí zužovat na pouhý logotyp. Je to nesmírně široký pojem, jehož naplnění přesahuje schopnosti jednotlivce. Zda byla volba poroty šťastná, se ukáže až časem a my jsme opravdu zvědavi, jestli se Praze podaří novou corporate identity úspěšně zavést. redakce

Causa nového vizuálního stylu Prahy

připravila Bibiana Beňová

Pražští radní počátkem roku 2002 rozhodli o vytvoření jednotného městského vizuálního stylu, jehož základem je moderní logo města. Užíváním vizuálně a tematicky sjednocených prvků komunikace se tak Praha přiřadí k ostatním evropským hlavním městům, která již svou vizuální identitu mají. Moderní grafické logo většinově nahradí častým užitím devalvovaný historický znak města, přičemž znak bude i nadále užíván pouze při konkrétních slavnostních a oficiálních příležitostech.

Výtvarná soutěž byla vyhlášena prostřednictvím odboru public relations Magistrátu hlavního města Prahy nejprve jako vyzvaná. Osloveno bylo celkem deset designérů či studií: Filip Heyduk, Pavel Hrach, Václav Kučera, Klára Kvízová, Studio Najbrt, Studio Machek & Babák, Pavel Šejdl, VŠUP (Olga Benešová, Jan Kolář, Štěpán Malovec), Michal Cihlář a Clara Istlerová. Poslední dva účast odmítli; Michal Cihlář to zdůvodnil autorstvím vizuálního stylu pro ZOO, které patří mezi příspěvkové organizace města.

Posléze, po protestech, byla soutěž rozšířena na veřejnou neanonymní, které se mohl zúčastnit kdokoli. Vedle úřední desky magistrátu bylo vyhlášení soutěže zveřejněno také v obchodním věstníku, na webu hlavního města a v Listech hl. m. Prahy, které město zdarma distribuuje do schránek většiny pražských domácností. Magistrát také informacemi o soutěži obeslal významné výtvarné svazy a spolky.

V hodnotící komisi zasedli odborníci i představitelé města. Odborným garantem byl prof. ing. arch. Zdeněk Ziegler, tehdejší rektor VŠUP, a prof. Ruedi Baur, rektor Vysoké školy designu v Lipsku. První kolo soutěže, v němž měli autoři za úkol navrhnout logo města, bylo uzavřeno 28. 6. 2002. Přihlásilo se celkem 22 účastníků, k osmi výše zmíněným jménům tak přibylo 14 dalších: Olga Benešová, Robert Dvořák, Radka Folprechtová, Robert Hlůže, Jan Hora, Jana Hrachová, Milan Jaroš, Jan Kolář, Petr Kučera, Štěpán Malovec, Jiří Pros, Jiřina Průchová, Rostislav Vaněk a Josef Váša.

Komise vybrala návrhy tří autorů (Benešová, Heyduk, Najbrt), kteří postoupili do kola druhého. Zároveň stanovila zadání: konkretizovala aplikace značky, stanovila písmo a základní barevnost (červená, zlatá). Finalisté pak osobně prezentovali své návrhy před komisí. Ta jednomyslně vybrala návrh Aleše Najbrta, který vítězstvím ve výběrovém řízení získal zakázku hl. m. Prahy na vytvoření grafického manuálu jednotného městského vizuálního stylu. Počátkem října se pak v rámci jednání Zastupitelstva hl. m. Prahy uskutečnila prezentace vítězného návrhu; některé z dalších příspěvků bylo možné zhlédnout před velkou zasedací síní. Všechny přihlášené návrhy se veřejnosti představily loni v listopadu v galerii Vysoké školy uměleckoprůmyslové.

Prague Establishing a modern corporate identity in a city, which has so far presented itself rather chaotically, is not a simple process. Prague is a city with an unbelievably rich history—different nations, intellectual trends and art styles clash or clashed here. The genius loci of Prague lies, perhaps, in the irreplaceable combination of these influences. Therefore it is very hard to extract one motif from a whole complex, a motif to represent the whole city. From this point of view, it may appear, that the typographically designed logotype of the Najbrt Studio fulfils all the prerequisites of success and it is logical that it won the competition. In spite of this, the new logo of Prague became the main subject of many hours of discussion by Czech typographers for a certain time. This was encouraged by the way the public was informed about the level of the reward for the winning designs. Michal Wein's article which came out in November on Grafika.cz further stirred up the discussion.

We decided to recapitulate the whole matter and make it more transparent. The members of the jury are responsible for the winning Prague corporate identity designs; that is why we addressed some of them and asked them a few questions. We are glad that even the main juror, Professor Ruedi Baur, found time to answer our questions. A representative of Prague City Council also answered our questions as, of course, Aleš Najbrt of the Najbrt Studio, whose signature is attached beneath the design. At our incentive, typographer Alan Záruba wrote an independent view of the case.

From all the answers we received, it appears that a corporate identity cannot be narrowed down to a single logotype. It is an immensely wide concept, the fulfilment of which exceeds the abilities of one individual. Only time will tell how fortunate the jury's choice was here, and we are very curious to know if Prague will successfully establish its new corporate identity.

The editorial staff

Case of the new visual style of Prague At the beginning of 2002, Prague councilmen decided, that a new incorporated visual style should be created for the city, with a new, modern city logo as a basis. Using visually and thematically unified elements of communication, Prague will be able to join other European capital cities, which generally do have their own visual identity. A modern graphic logo will, for the most part, replace the historical city sign, devalued by its frequent use, while still using the sign during specific festive and official events.

A graphic competition was called through the Public Relations Department of Prague City Council, primarily only by invitation. Ten designers or studios were addressed: Filip Heyduk, Pavel Hrach, Václav Kučera, Klára Kvízová, Studio Najbrt, Studio Machek & Babák, Pavel Šejdl, Academy of Arts, Architecture and Design (Olga Benešová, Jan Kolář, Štěpán Malovec), Michal Cihlář and Clara Istlerová. The last two refused to participate; Michal Cihlář stated his authorship of the ZOO visual style, which falls under the city's contributory organizations, as the reason.

Later on, after a few protests, the competition was expanded to become a public one, in which everyone could participate. Besides the City Council's official board, the competition was also announced in the business bulletin, on the capital city's website and in the Prague Gazette, which the city freely distributes to the post boxes of most Prague families. The City Council also sent information about the competition to prominent art associations and groups.

The evaluating jury consisted of experts and city representatives. The expert guarantor was Prof. Ing. Arch. Zdeněk Ziegler, the former Academy Arts, Architecture and Design chancellor, and Prof. Ruedi Baur, the President of the Design and Bookbinding Arts College in Leipzig.

The first round of the competition, in which the authors were to design the city logo, was closed on 28th July 2002. A total of 22 competitors registered, so another 14 names joined the eight noted above. Olga Benešová, Robert Dvořák, Radka Folprechtová, Robert Hlůže, Jan Hora, Jana Hrachová, Milan Jaroš, Jan Kolář, Petr Kučera, Štěpán Malovec, Jiří Pros, Jiřina Průchová, Rostislav Vaněk and Josef Váša.

The committee selected the designs of three authors (Benešová, Heyduk, Najbrt), who proceeded to the second round. At the same time, it set the assignment by specifying how the logo would be applied, the font and the basic colour scheme of red and gold. Then the finalists personally presented their design in front of the committee. The committee unanimously chose the design of Aleš Najbrt, who, by winning the competition, got the order from the Prague City Council to design a graphic manual of a uniform visual style of the city.

At the beginning of September, during a meeting of Prague City Representatives, a presentation of the winning design was given; some of the other designs were exhibited in front of the large conference hall. All the submitted designs were introduced to the public last November in the Academy of Arts, Architecture and Design gallery.

Koncept loga od Studia Najbrt a jeho vtělení do jednotlivých realizací působí místy trochu překombinovaným dojmem (výroční zpráva, prapory), ale funguje perfektně např. na označení domů, zastávek MHD a krytech vpustí uliční kanalizace. Tento detail je velmi důležitý – všechna významná evropská města (Londýn, Paříž, Amsterodam) replikují svoji identitu „vtavenou" do litiny poklopů uličních kanálů velmi zřetelně.

Zdeněk Zajíček objednavatel ze strany hl. m. Prahy

Kdy a proč přišel nápad získat pro Prahu nové CI?

Už od roku 1999, kdy jsem přišel na magistrát, jsme se pokoušeli sjednotit grafickou úpravu písemných dokumentů používaných městem v úředním styku. Čím dál tím víc bylo jasné, že moderní město v dnešní době musí hledat víc než jen grafický manuál pro písemnosti, že musí hledat celý nový vizuální styl, nový způsob komunikace s okolím. Samozřejmě že se zároveň probouzely obavy, jestli je něco takového možné vytvořit pro historické město, jestli tím nedojde ke ztrátě „pražské" identity.

Kdo s nápadem přišel?

Potřeba najít nový vizuální styl města či CI v nás uzrávala poměrně dlouho. Nebyli jsme si jistí, jestli se můžeme do tak rozsáhlého projektu pustit v celé šíři. Nakonec zvítězilo přesvědčení, že se nic nemá dělat polovičatě. Tahounem celého procesu se pak stal odbor public relations pod vedením ředitelky Aleny Ježkové.

Byla pro získání CI využita zahraniční zkušenost?

Ano. Hledali jsme zkušenosti v zahraničí. Průvodcem a rádcem se nám stal tehdejší rektor Vysoké školy uměleckoprůmyslové pan profesor Ziegler. Zároveň jsme při našich služebních cestách pátrali po tom, jak vznikalo CI zejména v našich partnerských městech, ve Vídni, v Hamburku, v Berlíně, v Amsterodamu, v Londýně, v Birminghamu. Zajímalo nás, jak se ta města vypořádala v pojetí nového CI se svým historickým odkazem.

Kdo dal dohromady porotu?

Sestavit dobrou porotu pro tak rozsáhlý projekt je složitý úkol. Hledal se průnik a vyváženost zástupců odborné sféry, politiků a úředníků. Porotu schválila Rada hlavního města Prahy s tím, že zástupci odborné sféry měli v komisi většinu. Návrhy na odborníky do poroty přišly z VŠUP včetně návrhu na účast zahraničního

experta pana Ruedi Baura, který byl opravdu obrovským lidským i profesním přínosem. V čele poroty stanul primátor hlavního města Prahy.

Jak byla stanovena výše odměny?
Výše odměny souvisela s tím, jak byla soutěž organizována. Nakonec byl zvolen takový princip, že se jednalo o smíšenou soutěž, kde společně soutěžili vyzvaní profesionálové i široká veřejnost, která se mohla do soutěže bez omezení přihlásit. Dvoukolová soutěž má svá pravidla, která jsme se snažili dodržet tak, aby se jednalo o standardní podmínky, které jsou v tomto oboru zvykem. Myslím, že v tomto ohledu odměna plně odpovídá významu a kvalitě celého projektu.

Bude nové vedení magistrátu v zavádění CI pokračovat?
Pevně věřím, že vedení města a magistrátu bude pokračovat v tvorbě, rozvoji a aplikaci CI. To nejtěžší je samozřejmě teprve před námi. Tím nelehkým úkolem je přesvědčit lidi, že vizuální styl je nezbytný způsob prezentace města, že je to cesta, jak Prahu ještě více „zviditelnit“ na vizuální mapě světa, že je to nový směr rozmlouvání a dorozumívání se s okolím. Vždyť logo či značka jsou dnes neodmyslitelnou součástí našeho každodenního života.

Jak jste vy osobně spokojen s průběhem soutěže a jejím výsledkem?
Myslím, že se podařilo vybrat opravdu velmi podařené logo. Je nejen graficky čisté, ale i jeho obsah charakterizuje Prahu jako místo setkávání lidí a jejich jazyků. Věřím, že celý vizuální styl, který z něho bude vycházet, bude stejně tak dobrý. Praha si zaslouží v novém tisíciletí vizuální styl, který podtrhne její roli a místo v budoucí Evropě.

Aleš Najbrt grafik, vítěz výběrového řízení

Můžete ještě jednou shrnout, jak vzniklo logo Prahy?
Zkoušeli jsme najít symbol, který by byl pro Prahu naprosto charakteristický, ale nepůsobil ani archaicky, ani jako jakási ilustrace nebo erb. Praha je velmi zatížena svou strhující historií a architekturou, ale je velmi obtížné převést něco z toho do relativně jednoduché podoby vhodné pro moderní komunikaci. Paralelně jsme pracovali na výstižné typografické podobě slova Praha (Prague). I to mělo z našeho hlediska úskalí minimálně dvou jazykových verzí, což není nikdy příliš dobré pro každodenní užívání a výběr té které verze. To nás nakonec přivedlo k nápadu, který ve studiu vznikl již dříve, ale dlouho se nám nezdál použitelný. Obsahově se nám však natolik líbil a vystihoval naši představu o minulé i budoucí Praze, že jsme ho nakonec favorizovali, a uspěli. Myslím, že toto logo také symbolizuje víru ve schopnosti a nápady současných generací, ne věčné spoléhání se na to, co vytvořili naši předkové.

Jaké písmo jste zvolili pro CI Prahy a proč?
Po velmi důkladném průzkumu asi dvaceti různých písem jsme se rozhodli pro lineární bezserifovou antikvu Myriad. Zkoušeli jsme i mnohá serifová písma. Chtěli jsme také některé původní české písmo, ale nakonec jsme dali přednost písmu, které po různých našich testech fungovalo v celé kompozici nejlépe. Není také příliš nadužíváno jako jiné obdobné grotesky ani není písmem módním, což by byl z dlouhodobého hlediska užívání vizuálního stylu problém.

Objevily se názory o přemrštěnosti odměny, můžete se k tomu vyjádřit a objasnit, co vše musíte ve studiu v souvislosti s vítězstvím v soutěži navrhnout a zabezpečit?
Honorář 1 800 000 Kč (vč. DPH) obsahuje vytvoření základního loga včetně licence na užití, celý systém dalších logotypů, manuál jednotného vizuálního stylu o čtrnácti kapitolách a výrobu 60 kusů tohoto manuálu a 200 CD-ROM.

Myslíte si, že se jednalo o korektně vyhlášenou soutěž, nebo máte vůči ní nějaké výhrady?
Skutečně nevím, kam touto otázkou míříte. Už dlouho jsem nebyl

Z. Zajíček—the customer on the part of the capital city of Prague
When and why did the idea of creating a new Prague CI arise?
By 1999, when I joined the City Council, we tried to introduce the graphic design of written documents used officially by the city. It was becoming more and more clear, that at the present time, a modern city must seek more than just a graphic manual to use in documents, that it has to look for a whole new visual style, a new way of communicating with the public. Of course, misgivings arose at the time, questioning the possibility of creating something like this for a historical city, as to whether it would cause the loss of the “Prague” identity.
Who came up with the idea?
The need to find a new visual style, or CI, took a long time to bear fruit among us. We weren’t sure if we could take on a project of such an extensive scale. In the end, the belief that nothing should be done by halves, won through. Later, the Public Relations Department of Prague City Council headed by its director, Alena Ježková, drew up the entire procedure.
Was any foreign experience used for acquiring the CI?
Yes. We searched for experience abroad. The former Academy of Arts, Architecture and Design chancellor, Professor Ziegler became our guide and advisor. On our official trips, we simultaneously investigated how a CI was made, especially in our partner cities, in Vienna, Hamburg, Berlin, Amsterdam, London and Birmingham. We were interested in how such cities dealt with the new CI design with regards to their historical heritage.
Who got the jury together?
To assemble a good jury for such an extensive project is a difficult task. We searched for a meeting point and balance between representatives of the professional field, politicians and the officials. The Prague City Council approved the committee consisting of professionals as the majority in the jury. The Academy of Arts, Architecture and Design proposed the experts that would sit on the jury, including the proposal that one juror would be a foreign expert, Mr. Ruedi Baur, who turned out to be a greatly benevolent and professional contribution. The Mayor of the capital city of Prague headed the jury.
How was the level of reward determined?
The level of the reward depended on how the competition would be organised. In the end, such a principle was selected, that it made it a mixed competition in which professionals and the general public competed freely and alike. A two-round competition has its rules, which we tried to follow to maintain standard conditions, which are customary in this branch. I think, that in this respect, the reward fully corresponds with the importance and the quality of the whole project.
Will the new City Council management continue to implement the new CI?
I firmly believe, that the city and the City Council management will continue in creating, developing and applying the CI. The most difficult part still lies before us of course. This formidable task is to convince people, that a visual style is a necessary way of presenting the city, that it is a way to “visualise” Prague even more on the world’s visual map, that it is a new way of dialogue and communication with the surroundings. Why a logo or a sign nowadays forms an essential part of our everyday lives.
How are you, personally, content with the running of the competition and its result?
I think, that a very well designed logo was chosen successfully. It is not only graphically pure, but its content even characterises Prague as a place where people and their languages meet. I believe that the whole visual style, which will result from it, will be as good. Prague deserves a visual style in the new millennium, a visual style, which will underline its role and place in the Europe of the future.

Aleš Najbrt—graphic designer, the winner of the competition
Could you, once more, summarise how the Prague logo originated?
We tried to find a symbol that would be truly typical for Prague, but wouldn’t appear archaic, or like some illustration or coat-of-arms. Prague is very much burdened by its impressive history and architecture, but it is very difficult to convert something from it to a relatively simple form, suitable for modern communication. We worked simultaneously on a fitting typographic representation for the word Praha (Prague). Even this posed difficulties having at least two language versions, which is never any good when it comes to everyday use and having to select this or that version. In the end we came up with the idea, which emerged in the studio before, but we weren’t considering it usable for a long time. However, we liked its content so much for representing our image of the past and future Prague that we gave preference to it in the end and succeeded. I think this logo also symbolizes the belief in the abilities and ideas of the present generations, not relying constantly on what has been made by our ancestors.
What font did you choose for the Prague CI and why?
After a very thorough examination of about twenty different fonts, we decided to pick linear Sans Serif Antiqua Myriad. We also tried a lot of serif fonts. We even wanted to use some original Czech fonts, but in the end, we selected the font, which, after various tests, fitted the whole composition best. It isn’t as overused as other similar grotesque fonts, nor is it a trendy font, which would be a problem if used for a visual style in the long-term.
Opinions emerged that the reward was extortionate, could you explain this and clarify what are the things you must design and ensure in the studio as the winner of the competition?
The fee of CZK 1 800 00 (incl. VAT) involves creating a basic logo, including a usage license, a whole system of other logotypes, a uniform visual style manual containing fourteen chapters and producing 60 copies of this manual and 200 CD-ROMs.
Do you think the procedure for calling the competition was correct, or do you have any objections to it?
I honestly don’t know what you mean by this question. I had not been invited to such a reputably organized competition for a very long time. The City Council announced it in its newspaper beforehand. There were ten designers invited to the competition. Later, after protests, it was extended to a public competition, in which everyone could take part, which I don’t consider this a good idea, because this was a highly professional and very complicated order, which not merely concerns a logo, but a highly branched visual style. The competition was held in two rounds, with top experts and one foreign designer taking part in the jury and once the decision was made all the designs were displayed to the public in the Academy of Arts, Architecture and Design. Shortly after the presentation, I had to justify our designs in front of the Mayor and the City Council, and later in front of all the representatives. But why is no one asking how the National Gallery logo, the NATO Summit logo, Prague 2000—Cultural City of Europe logo appeared and who selected those?
Can you explain the Brussels logo, which appeared in the Michael Wein’s article on the Grafika.cz server?
The Prague logo was created in June 2002 and I submitted it to the first round of the competition on 28th June 2002. The idea, which we used for this logo was presented by us to the public, before that in March 2002. The region of Brussels (not the city) had apparently used a similar logo in August of 2002. We haven’t found the logo anywhere yet, though we have tried to through our friends in Belgium. On its website, the region has been using a logo of a blue-yellow blossom since 1991, but not the mentioned text form. Not even any documents with this logo have gotten into our hands. I can only add that we have created the Prague logo on our own, without being inspired by any other logo.
Can you generally evaluate the other designs in the competition in any way? Did you like any other solution and why?
I do know, that the quality of the result was criticized, but I have to say I don’t remember the last time we had so many problems with any other logo. The other participants would probably confirm that it was a very difficult task.
What CI of any other city do you concern successful?
First I have to mention the work of the Machek & Babák studio for the city of Zlín. They were the first who tried to create a uniform visual style for a city and the result was of great quality. Besides, Tomáš Machek acquired valuable experiences in the Dumbar studio, which was also our partner and advisor during the creation of a non-implemented corporate design for Czech Telecom. As for foreign examples, the visual style of Berlin from Meta Design is very good, in my opinion. I like the new London logo. Studio Dumbar has created some very successful visual styles of Dutch cities, Rotterdam being the last.

pozván do tak seriozně organizované soutěže. Magistrát o ní informoval předem ve svých novinách. Do soutěže bylo pozváno deset designérů. Později, po protestech, byla rozšířena na veřejnou soutěž, které se mohl zúčastnit kdokoli, což však nepovažuji za správné, neboť se jedná o velmi odbornou a komplikovanou zakázku, ve které zdaleka nejde jen o logo, ale o velmi rozvětvený vizuální styl. Soutěž proběhla dvoukolově za účasti špičkových odborníků i jednoho zahraničního designéra v porotě a všechny návrhy byly po jejím rozhodnutí vystaveny pro veřejnost na VŠUP. Já jsem krátce po prezentaci před porotou musel naše návrhy obhájit před primátorem a radou města, později také před celým zastupitelstvem. Proč se nikdo neptá, jak vznikala loga Národní galerie, summitu NATO, logo Praha 2000 – kulturní město Evropy, a kdo je vybíral?

Můžete se vyjádřit k logu Bruselu, které se objevilo v článku Michala Weina na serveru Grafika. cz?
Logo Prahy vznikalo během června 2002 a odevzdal jsem ho do prvního kola soutěže 28. 6. 2002. Nápad, který jsme pro toto logo využili, jsme však veřejně prezentovali již v březnu 2002. Podobné logo začal údajně používat region (ne město) Brusel v září 2002. Nikde jsme ho však zatím neobjevili, přestože jsme se o to pokusili prostřednictvím přátel v Belgii. Na webových stránkách region používá motiv modrožlutého kvítku, který existuje od roku 1991, nikoli zmíněnou textovou podobu. A ani žádné tiskoviny s tímto logem se nám do rukou zatím nedostaly. Mohu pouze dodat, že jsme logo Prahy vytvářeli samostatně bez jakékoli inspirace jiným logem.

Můžete nějak obecně zhodnotit ostatní návrhy v soutěži? Líbilo se vám nějaké jiné řešení a proč?
Vím, že kvalita výsledku celé soutěže byla kritizována, ale musím říct, že si nepamatuji, kdy jsme se naposledy tak trápili s nějakým jiným logem. Asi by to potvrdili i ostatní účastníci soutěže. Byl to velmi těžký úkol.

CI jakého jiného města vy osobně považujete za zdařilé?
Musím se nejprve zmínit o práci studia Machek & Babák pro město Zlín. Byli první, kdo se u nás pokusili o jednotný vizuální styl města, a výsledek byl velmi kvalitní. Ostatně, Tomáš Machek získal cenné zkušenosti ve studiu Dumbar, které bylo také naším partnerem a rádcem při tvorbě nakonec nerealizovaného corporate designu pro Český Telecom. Ze zahraničních příkladů je podle mě velmi dobrý vizuální styl Berlína od Meta Design. Líbí se mi nové logo Londýna. Studio Dumbar vytvořilo některé velmi zdařilé vizuální styly holandských měst, naposledy Rotterdamu.

Robert V. Novák člen poroty

Jak se vám pracovalo v porotě, jaký máte dojem z její práce?
Na zdejší poměry byla porota sestavena výjimečně profesionálně. Výjimečně říkám proto, že při zakázkách podobného typu to u nás ještě zdaleka není pravidlem. Dokonce je to v poslední době asi opravdová výjimka. V porotě byla nadpoloviční většina odborných hlasů z profese včetně zahraničního člena. Je to ke cti magistrátu, především tehdejší ředitelky public relations Aleny Ježkové, která soutěž řídila a organizovala, a tehdejšího ředitele magistrátu Zdeňka Zajíčka.

Mohl byste popsat svůj dojem z výtvarné úrovně zaslaných návrhů?
Škála zaslaných návrhů v prvním kole soutěže byla opravdu reprezentací současné úrovně grafického designu u nás – od opravdových pitomostí typu „vznášející se katedrála nad kulhavou lipovou ratolestí“, přes „remaky“ podobných námětů z minulosti až po snahu se od takových námětů odpoutat a uchopit práci v intencích soudobé potřeby jednotné prezentace hlavního města. Pominu-li opravdu amatérské pokusy, tak některé návrhy byly vyřazeny z rozhodování o postup do druhého kola soutěže také z důvodu nedodržení poměrně jasně formulovaného zadání (např. závazná barevnost s využitím tradičních městských barev nebo nepochopení v pokusech o nový pseudoheraldický znak města). Předložené návrhy od skutečných profesionálů zároveň jasně ukazují, jak těžký a zřejmě také svazující tento úkol může být. V návrzích byl cítit určitý strach a autokorekce.

Jaký je váš názor na vítězné logo ze Studia Najbrt?
Vítězné logo splňuje očekávání a může při důsledném dodržování navržené koncepce práce s touto značkou velmi dobře sloužit k moderní vizuální prezentaci hlavního města. To už ale zůstává na komunikaci vítězného grafika a úředníků magistrátu. Jinak si ale myslím, že vítězné logo je v porovnání s mým očekáváním stále příliš konzervativní. Opačný názor však mají zřejmě někteří magistrátní úředníci bez obecnějšího povědomí o tom, co má takováto grafika vlastně splňovat. Opravdu jsem čekal „něco“ jiného. Třeba koncepce typu městského jednotného vizuálního stylu Londýna, která je z mého pohledu velmi zdařilá, by v místních poměrech neměla šanci na úspěch.

Máte pocit, že vítězný honorář je přiměřený?
Vítězný honorář je skutečně jenom „přiměřený“. Vzhledem k nepřesným informacím v tisku je třeba zdůraznit, že honorář v sobě zahrnuje kromě úhrady autorských práv také velmi rozsáhlou realizaci manuálu a dalších návrhů spojených se zavedením značky. Při takovém objemu prací mohla být odměna za celek větší a částka měla být jasně rozdělena na jednotlivé položky realizací.

Máte pocit, že postup pro získání loga proběhl ideálně?
Samozřejmě že ne. Ideální mohl být postup, jaký navrhovala původní koncepce soutěže, tedy oslovení vybraných odborníků z oboru, kteří mají s takovouto prací zkušenosti. Nedovedu si například představit, jaká situace by nastala v případě, že by vyhrála značka nějakého amatéra. Kdo by potom realizoval a zpracovával tu zakázku jako celek? Patrně by skončila v nějaké reklamní agentuře, a ta by musela z takového neštěstí něco vykřesávat. Výsledek by samozřejmě byl víc než... průjem. Pro srovnání nemusíme chodit příliš daleko, ukázkovým příkladem je příšerné logo Czech Made, které popsaným způsobem vzniklo. Ostatně, soutěží na stavbu dálničních mostů se také, pokud vím, nezúčastňují žádní grafici!

PRAHA

Iva Janáková teoretička typografie, členka poroty

Jak se vám pracovalo v porotě, jaký máte dojem z její práce?
Ve srovnání s jinými porotami, v nichž jsem mohla pracovat, byla tato porota opravdu „odborná“, kde se věcně diskutovalo o zadání a jednotlivých návrzích. Velkým vkladem byly otázky a podněty Ruedi Baura, designéra, který má za sebou několik výtečných řešení corporate identity v celosvětovém kontextu – a panu profesoru Zeiglerovi patří velký dík, že ho navrhl jako mezinárodního člena komise. Ruedi Baur vtiskl jednání komise světovou úroveň zásadně koncepčním přístupem k problému, velkou citlivostí k individuálním návrhům a k možnostem rozvoje kreativity jednotlivých studií. Je velmi zkušený z jednání komisí k problému corporate identity a z jeho přístupu vyplývalo, že dobré řešení sice musí být systémové, ale zároveň musí mít určitý přesah nebo tajemství. Zvlášť pokud jde o identitu města – protože tam se dotýkáme těžko pojmenovatelného „genia loci“.

Mohla byste popsat svůj dojem z výtvarné úrovně zaslaných návrhů?
Celkově byla podprůměrná. To je však zřejmě problém zadávání jakéhokoli znaku týkajícího se Prahy – setkala jsem se s ním i v soutěži o logo Prahy 2000: to téma svádí na scestí.

Jaký je váš názor na vítězné logo ze Studia Najbrt?
Podle mého názoru bylo jednoznačně nejlepší. Na první pohled, který je ale u tak široce užívaného loga důležitý, nabízelo prostě a jednoznačně vyjádřenou myšlenku, vizi. Bohužel jako jediný z návrhů, ostatní byly lepšími či horšími vizuálními znaky.

Můžete posoudit Najbrtův návrh v kontextu současných trendů v grafickém designu?
Celkové řešení, nejenom logo, je zcela současné určitým purismem a minimalismem, které jsou teď módní. Jednoduchost řešení vyhovuje všem rozmanitým aplikacím, kterých jsou snad stovky. Těžko bych ale řekla, že je to logo „krásné“. Bude dobře fungovat a má myšlenku, ale ještě chybí právě nějaký přesah či dotyk s pražským „geniem loci“. To by byla ideální corporate identity! Ta se však urodí jenom vzácně.

Máte pocit, že postup pro získání loga proběhl ideálně?
Trochu nerozumím otázce. Myslíte jednání poroty? Ta probíhala velmi zodpovědně, diskutovalo se dlouze, hlasovalo se svědomitě (nikoliv lobbisticky, což je vzácné). Proto bylo také vypsáno ještě druhé kolo. Nebo myslíte přístup zadavatele (magistrátu)? I ten byl velmi zodpovědný. Panu Zajíčkovi a paní Ježkové patří obdiv za to, že se rozhodli změnu corporate identity prosadit, a držím jim palce, aby se podařila realizovat v plné šíři. Problém byl tak trochu v tom, že zadavatel neformuloval vizi proměny loga. Kdyby se tak stalo, jistě by odpadlo mnoho „Hradčan“ a „Karlových mostů“, které byly v návrzích hojně zastoupeny, designéři by byli nasměrováni k určitému řešení. To je však asi problém přístupu k institucím, které se dnes chápou pouze instrumentálně a užitkově, nikoliv jako vyvíjející se organismy, reagující na proměny života a doby. ✖

Iva Janáková—a typography theoretician, member of the jury

How was your work on the jury, what is your impression of its work?
In comparison with other juries I could work with, this one was truly an “expert” jury, in which factual discussions were held about the assignment and particular designs. A great contribution were the questions and incentives of Ruedi Baur, a designer, who has come up with some great corporate identity solutions—and Professor Ziegler deserves great thanks for proposing that Ruedi Baur be an international member of the committee. Ruedi Baur set a world standard for the committee’s essentially conceptual approach to the problem, great sensitivity regarding individual designs and the possibilities of creativity development in particular studios. He is very experienced, thanks to committee discussions regarding the corporate identity problem and this resulted from his attitude, that a good solution must be systemic, but it even has to go a bit further or have a certain a mystery about it especially when this concerns a city’s identity because it is there that we touch on a hardly nameable “genius loci”.

Could you describe your impression of the graphic level of the submitted designs?
It was below average, in general. Which is, however, the problem of ordering any sign concerning Prague—this also applied to the Prague 2000 logo competition: the theme leads one astray.

What is your opinion of the winning logo by Studio Najbrt?
In my opinion, it was definitely the best. At first glance, which is however important regarding such a widely used logo, it offered a simply end explicitly expressed thought, a vision. Unfortunately it was the only one, the others were only better or worse visual signs.

Could you evaluate Najbrt’s proposal in the context of the present trends in graphic design?
The overall solution, not only the logo, is totally contemporary in its certain purism and minimalism, which are now in fashion. The simplicity of the solution suits all the various applications, of which there may be hundreds. I could however hardly say that the logo is “beautiful”. It will work well and it has a thought, but more or a touch with Prague’s “genius loci” is what is still missing. And that would be an ideal corporate identity! But such an IC is designed very rarely.

Do you have the feeling that the procedure for obtaining the logo was ideal?
I don’t really understand the question. Do you mean the jury’s conduct? That was highly responsible, the discussions were long, the voting was thorough (not lobby-like, which is rare). Therefore a second round was set. Or do you mean the attitude of the customer (the City Council)? It was also highly responsible; Mr. Zajíček and Mrs. Ježková deserve credit for deciding to put the corporate identity change through. A slight problem was the customer not formulating the vision of changing the logo. If this had happened, a lot of “Hradčany” and “Charles Bridge” designs, which were widely represented among the designs, would surely have been rejected; the designers would have been guided towards a certain solution. This is, however, probably the problem of the approach taken by institutions, which are now considered an instrument and utility only, not as evolving organisms reacting to the changes of life and times.

Robert V. Novák—a member of the jury

How was your work on the jury, what is your impression of its work?
Regarding local conditions, it was arranged exceptionally professionally. I do say exceptionally because concerning such orders, it is not a rule in our country. It is probably a real exception even nowadays. There was an absolute majority of expert votes on the jury, including a foreign member. It’s a credit to the City Council, especially the former public relations director Alena Ježková, who administered and organized the competition, and the former director of the City Council, Zdeněk Zajíček.

Could you describe your impression of the graphic level of the submitted designs?
The range of submitted designs in the first round of the competition, was a true representation of our present graphic design level—from complete stupidities like “a floating cathedral above a limp lime spray”, “remakes” of similar designs from the past, to efforts of breaking away from such motifs and grasping the work for the purpose of meeting the contemporary need of a uniform presentation of the capital city.

What is your opinion of the winning logo by Studio Najbrt?
The winning logo fulfils the expectations and can, while thoroughly observing the design work concept, use this sign as a modern visual presentation of the capital city. Yet this all now depends on the means of communication between the winning graphic artist and the councilmen.
Otherwise, I think that the winning logo, compared to my expectations, is still too conservative. Obviously some city council officials are of the opposite opinion, without having a proper awareness of what such a graphic work should really fulfil.
I really expected “something” different. For instance, the concept of London’s corporate visual style, which, from my point of view, is very successful, wouldn’t stand a chance of succeeding under local conditions.

Do you think that the reward is adequate?
The reward for the winner is but only “adequate”. Regarding the inaccurate information stated in the press, it is necessary to emphasise that the reward includes, besides covering copyright costs, a highly broad realisation of the manual and other designs connected with the introduction of the sign. Considering the volume of work involved, the reward could have been higher and the sum should have been clearly divided into each item of realisation.

Do you have the feeling that the procedure for obtaining the logo was ideal?
Of course not. The procedure proposed by the original competition concept would have been ideal, which means addressing the chosen experts from the branch, who have experience with this kind of work. I can’t imagine, for example, what situation could arise if a sign designed by an amateur were to win. Who would then realise and process the entire order? It would probably end up at some advertising agency and that would have to make something of such a calamity. Of course the result would be nothing more than visual diarrhoea. We do not have to go too far to find a comparison; a good example is the hideous “Czech Made” logo, which was designed in the way I have just described. Besides, as far as I know, graphic artists do not participate in highway bridge competitions either!

Ukázky z exteriérových aplikací a merkantilů návrhu studia Filipa Heyduka pro druhé kolo pražské soutěže. Kvalita provedení prezentace je působivá a vytváří velmi realistický dojem výsledného účinu, který by měl nový vizuální styl v ulicích města a na stolech magistrátních úředníků způsobit.

„Tvorba vizuálního stylu není omezena návrhem loga“

Prof. Ruedi Baur je rektor Vysoké školy designu a knižního umění v Lipsku (Hochschule für Grafik und Buchkunst). Narodil se roku 1956 ve Švýcarsku, vystudoval Školu užitého umění v Curychu. Pracuje jako grafický designér ve vlastním studiu Intégral Ruedi Baur et Associés, jako pedagog, odborný porotce i publicista.

připravil Filip Blažek
překlad Linda Kudrnovská

Proběhlo podle vás výběrové řízení regulérně?
Ano, proběhlo podle pravidel. Je sice pravda, že jsme mohli rozšířit řady soutěžících například o designéry ze zahraničí, ale představitelé města zároveň chtěli výběrové řízení co možná nejvíce zefektivnit. Vzhledem k tomu proběhlo výběrové řízení uspokojivě.

× Lišilo se nějak od podobných soutěží v zahraničí?
Domnívám se, že ve srovnání s podobnými akcemi konanými v minulých letech například ve Frankfurtu, Lyonu nebo v Lipsku byla základní kritéria stejná. A možnost, že se do prvního kola soutěže mohl přihlásit autor jen se skicami, zpřístupnila soutěž i nejmladším návrhářům.

× Je podle vás honorář přiměřený? Jaký bývá honorář za obdobnou práci jinde v Evropě?
Přesné finanční ohodnocení neznám, ale vím jistě, že zadaná práce, kterou musela studia vykonat, byla velice náročná a rozsáhlá a vyžádala si výjimečné nasazení několika lidí po dobu několika týdnů. A za takto náročnou práci je nutné zaplatit odpovídající částku. Domnívám se také, že vybrané studio má nyní možnost rozvíjet projekt v mnoha dalších směrech, a tak doufám, že i tato práce bude odpovídajícím způsobem oceněna.

× Můžete zhodnotit vítězné logo v kontextu jiných podobných soutěží?
Jsem přesvědčen, že vítězné logo bylo nejlepším ze všech předložených návrhů. Jsem s ním spokojen, protože klade důraz na vícejazyčnost, která je pro město typická. Jednoduchý fakt, že je návrh současně použitelný i v překladu, mu umožňuje uchovat si svůj původní charakter. Jeho vizuální transpozice je střízlivá a jako celek je funkční. Proto tedy logo Prahy působí srovnatelně s vizuální identitou jakéhokoli jiného velkého města světa.

× Můžete celkově shrnout výtvarnou úroveň zaslaných návrhů v evropském kontextu?
Předložené návrhy byly na vysoké profesionální úrovni. Přestože nebyly nějak přehnaně invenční, byl způsob, jakým se autoři s problematikou vyrovnali, v evropském rámci standardní.

× Dá se zpětně vysledovat, jak má proběhnout zadání, aby výsledné logo nebo corporate identity byly nejlepší? Můžete popsat průběh soutěže, se kterou jste byl spokojen nebo kterou považujete za ideální?
Tvorba corporate identity rozhodně není omezena návrhem a aplikací loga na nějaké médium. Kromě aspektu vícejazyčnosti návrhu je dalším určujícím kritériem možnost víceúčelového využití loga. Téma identity však překračuje téma vizuality. Je samozřejmé, že vybrané studio systematicky spolupracuje s ministerstvem informací, a pokud se jedná o projekt regionální identity, pak také s představiteli konkrétní oblasti a s volenými zástupci. Vytvořit vizuální identitu je obtížný a komplexní proces, který musí být představiteli města vyžadován a podporován. Jinak totiž existuje velké riziko, že celý projekt zkrachuje.

× Můžete uvést soutěže, kterých jste se jako porotce zúčastnil, případně i poskytnout vybraná výtvarná řešení?
Jako člen poroty jsem se účastnil mnoha podobných výběrových řízení – např. výběru vizuální identity pro město Frankfurt –, ale stejně tak jsem se účastnil i jiných soutěží se svými vlastními výtvarnými řešeními. Takto před mnoha lety uspěl můj návrh v soutěži o jednotný vizuální styl měst Nancy a Saumur, francouzského ministerstva školství a mnoha kulturních institucí. V současné době jsou moje návrhy zařazeny do soutěže o vizuální identitu města Lyonu společně s návrhy studií jako je londýnské studio Pentagram, milánské Italo Lupi, barcelonské Peret a laussanské Werner Jecker. Domnívám se, že dvoukolové výběrové řízení je spravedlivé. V prvním kole jsou vybrány kompetentní týmy na základě hrubého návrhu či plánu celého projektu. V průběhu druhého kola je vybráno výsledné řešení. Dále si myslím, že by takovýto typ soutěží neměl být anonymní. V našem oboru se mi anonymita zdá iluzorní, a navíc se kvůli ní ochuzujeme o možnost podpory potenciálně dobrého projektu.

× Prozraďte nám, prosím, jaké logo města se vám osobně líbí.
Jsem velmi spokojen s logem, které jsem dělal pro město Nancy, ale přiznávám, že v tomto případě jsem poněkud zaujatý. ✖

ville de Nancy

Prof. Ruedi Baur is the President of the Design and Bookbinding College in Leipzig (Hochschule für Grafik und Buchkunst). He was born in 1956 in Switzerland and studied at the School of Applied Arts in Zurich. He works as graphic designer in his own studio Intégral Ruedi Baur et Associés, as a teacher, specialist juror and also publishes.

Do you consider the competition procedure to have been correct?
Yes. The competition procedure was a traditional one. It is true, we could have increased the number of candidates including graphic designers from other countries. But simultaneously, the city wanted the process to be extremely efficient. Considering this, the competition procedure is justified.

Was there any difference between this competition and similar ones abroad?
Comparing this competition in particular to equivalent ones which had taken place over the past years in Frankfurt, Lyon or Leipzig, I think the basic criteria were similar. The fact that anyone could submit even a simple sketch or drawing in the first round of this competition made it possible even for the youngest candidates to participate.

Do you personally think the reward was adequate? What would be the average fee for this kind of job in other European countries?
I don't know the amount. But I do know for sure that the work the studios were asked to do was very extensive. It needed several people to work for several weeks. So it is fair to pay a correct price. I think that the selected studio has the possibility to develop its project on different media and I also hope that this work will be paid well.

What is your assessment of the winning logo in the context of other similar competitions?
I am convinced that the selected logo was the best design presented. I like it very much as it favours the multilingual aspect which is highly appropriate for the city. The simple fact that the design works when translated allows the competition to maintain its original character. Its visual transposition is sober and altogether efficient. Consequently, the logo fits in with the visual identity of the big cities of the world.

Would you be able to sum up the artistic level of received logotypes in the European context?
The designs made by the candidates were of a high professional level. The answers given to the problem, while not being excessively inventive, match up with the European standard.

How do you think the job should be assigned in order to acquire the best results in the design of the CI or logotype? Could you describe the procedure of a competition that would satisfy you, or the one you consider to be ideal?
Corporate identity is definitely not limited to the layout and to attaching a logo to any medium. Besides, the multilingual aspect of the proposal, another determining criteria was the impact of the logo on different media. But the identity issue goes beyond the visual issue. It is essential that the selected studio works systematically in close relation with the communications department and, in the case of a territorial identity project, with the officials of the area and with the elected representatives. To set up a visual identity is a difficult and complex process, which the authorities must want and support. Otherwise, there exists a high risk that the project will fail.

Could you mention competitions you have participated in as juror and tell us about some of the best solutions?
As a member of the jury I have participated in different, similar competitions. For instance, for the visual identity of the city of Frankfurt. But I have also participated as a candidate in other competitions. This is how I, many years ago, won the competition for the visual identity of the cities of Nancy and Saumur, for the French Department of Education and for numerous cultural institutions. Now I am involved in competitions with international studios such as "Pentagram" in London, "Italo Lupi" in Milan, "Peret" in Barcelona and "Werner Jecker" in Lausanne for the visual identity of the urban community of Lyon. I think that two-round competitions are fair. In the first round, competent teams are selected on the basis of rough sketches or planning notes for a project. In the second round, a project is selected. Besides, I am very much in favour of not making the competitions anonymous. In our sector, this seems illusive to me and, above all, it would take the possibility away of supporting a potential project.

Would you, please, tell us if there is any City logo you personally like?
I definitely like the logo I did for the city of Nancy, though I have to admit that making a choice is pretty difficult.

Kvalita se prosadí sama... (Odpovědnosti za ni se nezbavíme!)

Nedávná soutěž o nový, koordinovaný vizuální styl města Prahy a její výsledky vyvolaly nebývalý ohlas u odborné veřejnosti, a to i v řadách těch, kteří jinak zachovávají k problematice grafického designu a vizuální komunikace standardní postoj – pasivní rezistenci a sladkou nevědomost. Rád bych k tomuto tématu připojil několik osobních poznámek.

text Alan Záruba

Neúčastnil jsem se soutěže, ani jsem nebyl členem poroty. Mé názory a hodnocení, níže publikované, jsou výsledkem protnutí několika úrovní poznání a praktických zkušeností. Opírají se jednak o osobní (a tudíž samozřejmě subjektivní) zhodnocení kvality výsledků soutěže, jednak o možnost porovnat podmínky a výsledky soutěže s podobnými akcemi, které se v nedávné minulosti konaly v zahraničí. V neposlední řadě jde i o zevrubné studium již publikovaných materiálů a výstavy, která proběhla na pražské VŠUP v minulém roce. Chci se zaměřit na čtyři základní okruhy, které pro mě celou problematiku spojují v jeden celek a které by bylo možno stručně vystihnout jednoduchými termíny snaha – rozpor – kvalita – nedostatek sebereflexe.

Obálka speciální publikace, kterou vydalo město Rotterdam při příležitosti pořádání neveřejné soutěže na nový vizuální styl města jako hlavního kulturního centra Evropy roku 2001. K soutěži byla vyzvána tři studia z Holandska (Mobility – Rotterdam, Mevis and Van Deursen – Amsterodam, Proforma – Rotterdam), jedno z Francie (Atelier de Création Graphique – Paříž) a jedno z Německa (Qwer – Kolín n. Rýnem). Výběr byl zcela v kompetenci speciálně ustavené komise odborníků, výsledky prezentací pak byly posouzeny a vyhodnoceny zvláštní komisí z řad profesionálů. Publikace osvětluje velmi precizně vizi kulturního města, podmínky soutěže a kritické zhodnocení kvality vizuální komunikace předchůdců Rotterdamu. Následuje pět prezentací konceptu, návrhů loga a jeho uplatnění od každého studia zvláště a poté vyhodnocení odborné komise a zdůvodnění výběru vítězného návrhu. Vše pod veřejnou kontrolou – knihu si může v Holandsku koupit každý – a bez jakéhokoliv protestu ostatních významných studií (např. Dumbar studio, 2D/3D, Interbrand nebo Total design), že byla ve výběru komise pro soutěž opomenuta. Celý program hlavního kulturního města Rotterdam 2001 čerpal rozpočet neuvěřitelných 600 milionů holandských guldenů – cca 10 miliard 200 milionů českých korun.

snaha Soutěž na jednotný vizuální styl hlavního města Prahy byla vyhlášena na začátku roku 2002. Ze zadání soutěže i obsazení poroty bylo patrné, že magistrát – vědom si významu celé akce – „nelaškoval“ s osudem soutěže v žádném ohledu. Grafický design má u nás díky silné typografické tradici velmi široké uplatnění, avšak jeho společenské uznání je bohužel na velmi nízké úrovni. Složitá problematika formování veřejného prostoru prostřednictvím vizuální komunikace je v očích veřejnosti i mnoha „nevědomých“ amatérů postavena na úroveň ovládání běžně dostupné výpočetní techniky a jejího stále se zdokonalujícího programového vybavení. Bez myšlenky, bez nápadu, bez koncepční úvahy. Důsledkem takového stavu je samozřejmě i organizace a průběh veřejných soutěží. Úkoly a cíle jsou většinou nastaveny tak, aby se nevzdálily příliš daleko od „jediného“ možného řešení zadavatele. Skicovné je výjimkou. Hodnocení nespočívá v seriózním posouzení odbornou komisí, ale je velmi často výsledkem jednání interního sdružení zainteresovaných analfabetů. Snaha Magistrátu hl. m. Prahy vyhnout se těmto obecným neduhům byla evidentní a pro naše podmínky dosti nadstandardní. Na rozdíl od jiných se domnívám, že se může stát do budoucna dobrým, u státních institucí následování hodným příkladem.

Co mě k takovému názoru vede? Magistrát už k úvodním konzultacím o zadání a organizaci soutěže přizval respektované osobnosti – tehdejšího rektora pražské VŠUP prof. Zdeňka Zieglera a prof. Jana Solperu, vedoucího ateliéru písma a typografie na VŠUP. Ti byli posléze doplněni PhDr. Ivou Janákovou, vedoucí oddělení užité grafiky a fotografie UPM v Praze, Robertem V. Novákem, respektovaným grafickým designérem (členem TypoDesignClubu), doc. PhDr. Václavem Ledvinkou, ředitelem Archivu hl. m. Prahy, a konečně prof. Ruedi Baurem, švýcarským designérem a rektorem Vysoké školy designu a knižního umění v Lipsku. Prof. Baur je znám v odborném světě jako osobnost s velmi vyhraněným vztahem k designu, který chápe více jako metodu sociální intervence do společenského prostředí než jako uměleckou disciplínu. Kromě vlastní práce se věnuje velmi intenzivně pedagogické praxi a přednáškové činnosti na různých světových fórech. V roce 1989 založil spolupracující síť sedmi nezávislých partnerských studií s názvem Integral Concept, která se podílela na mnoha významných projektech ve Francii, Švýcarsku a Německu. Baurovo angažmá v pražské soutěži prolomilo jedno z významných tabu – český grafický design nikdy nebyl úplně uzavřeným prostorem, ale vzhledem k mezinárodnímu byl přece

Quality will enforce itself ... (We cannot rid ourselves of the responsibility for it!)
The recent competition for a new, coordinated visual style for the city of Prague and its results have attracted unprecedented attention amongst the professional public, even among those who otherwise maintain the standard approach of passive resistance and sweet ignorance towards graphic design and visual communication issues. I would like to add some personal remarks concerning this subject.

I neither participated in the competition nor was I a member of the jury. My opinions and evaluations as published below are the result of a combination of several levels of knowledge and practical experience. They are based upon personal (that means, of course, the subjective) evaluation of the quality of the competition results on one hand and upon the possibility to compare the terms and conditions of the competition and its results with similar events that have taken place abroad in the recent past on the other hand. Last but not least, I have studied the already published materials and the exhibition that took place at the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague last year.

I want to focus on four basic areas that, for me, combine the whole issue and that can, in short, be described in the simple terms of effort—contradiction—quality—a lack of self-reflection.

Effort

The competition to find a unified visual style for the capital city of Prague opened at the beginning of 2002 by the Public Relations Department of the Prague City Council as a combined competition: a called and later a public, open competition. From the competition requirements as well as from the structure of the jury, it was obvious that the City Council was aware of the importance of the whole event—it did not take any risks. Thanks to a strong printing tradition, there is broad use for graphic design in our country, however its social recognition level is unfortunately very low. The complicated problems of forming public space through visual communication in the eyes of the public and many amateurs lacks the level of knowledge of how to handle general computer technology and its ever-improving software. There are no thoughts, ideas or conceptual thinking. Such a situation is, of course, also reflected in the organization of public competitions. In most cases, the tasks and goals are set so that they do not deviate too much from the “only” possible solution of the customer. The sketch fee is the only exception. The evaluation does not consist of any serious judgment made by a specialist committee but is very frequently the result of negotiations of an internal community of interested ignoramuses. The efforts of the Prague City Council to avoid these general problems was evident and quite above standard considering the conditions prevalent in our country. Unlike others, I think it can become an example worth following in state institutions in the future.

What leads me to such an opinion? The City Council had invited many respected figures to the introductory consultations about competition requirements—Prof. Zdeněk Ziegler (the former chancellor of the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague) and Prof. Jan Solpera (Fonts and Typography Studio Manager at the Academy of Arts, Architecture and Design). Later, PhDr. Iva Janáková, (Manager of the Applied Graphics and Photography Department, Museum of Decorative Arts in Prague), Robert V. Novák (respected graphic designer and member of the TypoDesignClub), doc. PhDr. Václav Ledvinka (Director of the Archive of the Capital City of Prague) and lastly, Prof. Ruedi Baur (a Swiss designer and President of the Design and Bookbinding Arts College in Leipzig). Prof. Baur is known in the professional world as a figure with a very specific relationship to design, which he understands more as a method of intervention in the social environment than as an artistic discipline. Besides his own work, he is intensely engaged in teaching and lecturing activity on various world forums. In 1989, he founded a cooperative network of seven independent partner studios under the name Integral Concept, which participated in many important projects in France, Switzerland and Germany. Baur’s involvement in the Prague competition broke one important taboos—Czech graphic design was never a completely closed field, however on an international scale, it was still a world of its own with its own rules. Someone from a foreign country had never before participated in deciding about the allocation of a state order of such importance.

A specialist committee drew up a proposal for the City Council on how to select the participants, organize the competition and its system of evaluation. So this competition approaches the standards of how to call a competition abroad. (As an ideal example, I provide a short comment below about the international competition for the visual style of the European Culture Capital 2001—Rotterdam). Another fact in favour of the institution organizing the competition is that top city representatives—the Lord Mayor and the City Council Director also became members of the jury, so that they did not consciously avoid responsibility for the result.

Contradiction

Upon the recommendation of a specialist committee, the caller of the competition selected seven participants, who, in my opinion, given their work until now, as well as their references and experience with larger projects from the field of corporate design in our country, provide a reliable-enough guarantee of a good quality result: Filip Heyduk, Pavel Hrach, Václav Kučera, Klára Kvízová, Aleš Najbrt, Tomáš Machek, Petr Babák and Petr Šejdl. This also includes the visual communications